



## POLÍTICAS DE MICROCRÉDITO E INICIATIVAS DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL: BANCO CAPIVARI

Fabiano Soria de Araujo

Projeto de Graduação a ser apresentado ao Curso de Engenharia de Produção da Escola Politécnica, Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Engenheiro.

Orientadores: Sidney Lianza

Ricardo Ferreira de Mello

Rio de Janeiro

Outubro de 2012

POLÍTICAS DE MICROCRÉDITO E INICIATIVAS DE DESENVOLVIMENTO  
SOCIAL: BANCO CAPIVARI

Fabiano Soria de Araujo

PROJETO DE GRADUAÇÃO SUBMETIDO AO CORPO DOCENTE DO CURSO  
DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO DA ESCOLA POLITÉCNICA DA  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO COMO PARTE DOS  
REQUISITOS NECESSÁRIOS PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE  
ENGENHEIRO DE PRODUÇÃO.

Examinado por:

---

Prof. Sidney Lianza, D.Sc.

---

Prof. Ricardo Ferreira de Mello, M.Sc.

---

Prof. Maura Lúcia Montella de Carvalho, D.Sc.

RIO DE JANEIRO, RJ – BRASIL  
OUTUBRO DE 2012

Araujo, Fabiano Soria de  
Políticas de Microcrédito e Iniciativas de Desenvolvimento  
Social: Banco Capivari / Fabiano Soria de Araujo. – Rio de  
Janeiro: UFRJ/ Escola Politécnica, 2012.

XII, 107 p.: il.; 29,7 cm

Orientadores: Sidney Lianza, Ricardo Ferreira de Mello  
Projeto de Graduação – UFRJ/ Escola Politécnica/  
Curso de Engenharia de Produção, 2012.

Referências Bibliográficas: p. 92-94.

1. Microcrédito. 2. Capivari. 3. Desenvolvimento Social.  
I. Lianza, Sidney et al. II. Universidade Federal do Rio de  
Janeiro, Escola Politécnica, Curso de Engenharia de  
Produção. III. Título.

## DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a meus pais Luisa e Ricardo,  
minha avó Regina, minhas irmãs Juliana e Mariana  
e meus amigos Otavio e Silvia.



## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a todos aqueles que contribuíram para a formação do meu caráter e de meus valores, meus queridos pais, minhas irmãs e meu modelo de vida, minha avó.

Ao meu amigo Otavio, pelo companheirismo de todos os momentos.

À minha amiga Mayara, Ana Boechat e Isadora, pelo carinho de sempre.

Às minhas amigas Carla, Amanda, Maysa e Erica, pelos momentos juntos.

Aos meus amigos Tauanã, Leandro, Silvia, Igor, Livia, Mari e Barbara, por fazerem de meus dias universitários dias mais leves.

Aos meus professores, tão importantes em minha jornada e na minha formação, especialmente meu querido Sidney Lianza, Maura Montella e Maria Alice Ferruccio. Agradeço também a Ricardo Mello, que acreditou na ideia do projeto e, sem sua dedicação, grande parte dele não seria possível.

Aos funcionários do Banco Capivari, em especial Tatiana Pereira, que me recebeu da melhor forma possível e contribuiu enormemente com a elaboração deste projeto.

À Marta Regina Gervasio, pelo tempo dedicado para entrevista. Seu depoimento ilustrou de forma prática o conteúdo estudado.

Resumo do Projeto de Graduação apresentado à Escola Politécnica/ UFRJ como parte dos requisitos necessários para a obtenção do grau de Engenheiro de Produção.

Políticas de Microcrédito e Iniciativas de Desenvolvimento Social: Banco Capivari

Fabiano Soria de Araujo

Outubro/2012

Orientador(es): Sidney Lianza

Ricardo Ferreira de Mello

Curso: Engenharia de Produção

Este trabalho tem como objetivo apresentar políticas de microcrédito do território brasileiro, contextualizadas nos princípios da Economia Solidária. Ao longo do trabalho, são apresentados modelos de negócio de entidades que têm a atividade creditícia como uma de suas atividades principais, a saber: CrediAmigo e Banco Palmas. Através da comparação das características dos diferentes modelos, procura-se entender as peculiaridades territoriais e os fatores de sucesso de cada iniciativa. A partir da compreensão dos modelos de negócios supracitados, é dado foco ao Banco Capivari e seu modelo de funcionamento, inserido no município de Silva Jardim, no estado do Rio de Janeiro. Por se tratar de uma iniciativa recente, foram propostos projetos e medidas para desenvolvimento do Banco Capivari, à luz das outras iniciativas. Após entendimento do modo de operar do Banco Capivari, foi realizada uma comparação entre os três modelos estudados, procurando evidenciar semelhanças e diferenças entre eles. Em seguida, o presente trabalho busca evidenciar como o microcrédito pode ser um aliado no desenvolvimento social de diversas regiões, bem como um fomentador do desenvolvimento humano.

*Palavras-chave:* Microcrédito, Capivari, Desenvolvimento Social.

Abstract of Undergraduate Project presented to POLI/ UFRJ as a partial fulfillment of the requirements for the degree of Engineer.

Microcredit Policies and Social Development Initiatives: Capivari Bank

Fabiano Soria de Araujo

October/2012

Advisor(s): Sidney Lianza

Ricardo Ferreira de Mello

Course: Production Engineering

This study aims to present microcredit policies of the Brazilian territory, contextualized in the principles of Solidarity Economy. Throughout the study, it is presented business models of entities that consider lending activities one of their main activities, namely: CrediAmigo and Palmas Bank. By comparing the particulars of different models, this study aims to understand the territorial peculiarities and the success factors of each initiative. From the understanding of the business models mentioned above, focus is given to the Capivari Bank and its operating model, which is inserted in the municipality of Silva Jardim, in the state of Rio de Janeiro. Since it is a recent initiative, we have proposed projects and suggestions for developing the Capivari Bank, based on the other initiatives. After understanding how Capivari Bank operates, we performed a comparison between the three studied models, seeking to highlight similarities and differences among them. Then, this study aims to show how microcredit can be an ally in social development of various regions, as well as a developer of human improvement.

*Keywords:* Microcredit, Capivari, Social Development.

“Quando há fome de alimento, é porque já existem muitas fomes como de educação, de saúde, de renda digna, de lazer, de cultura e, principalmente, de cidadania.”

(Helena Selma Azevedo, 2003)

“O que os mais pobres necessitam é de dinheiro e não de treinamento, pois de alguma forma eles já possuem uma habilidade geradora de renda, faltando-lhes capital para concretizar ou dinamizar essa capacidade.”

(Muhammad Yunus, 2008)

“Os pobres precisam, acima de tudo, de oportunidade, e não de caridade.”

(Marcelo Neri, 2008)

“A legalidade que acompanha a formalidade do atual sistema financeiro não comporta as ações de microcréditos que desenvolvemos.”

(João Joaquim de Melo Neto Segundo, 2003)

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	1
1 CONSIDERAÇÕES SOBRE O TEMA.....	3
1.1 JUSTIFICATIVA DO TEMA .....	3
1.2 OBJETIVOS DO ESTUDO.....	3
1.3 METODOLOGIA DA PESQUISA .....	4
2 O MICROCRÉDITO E OS MICROEMPREENHIMENTOS .....	6
2.1 INSTITUIÇÕES DE MICROCRÉDITO.....	9
2.2 RISCOS PARA AS EMPRESAS DE MICROCRÉDITO .....	10
2.3 O CONCEITO DE BANCO COMUNITÁRIO.....	12
3 INICIATIVAS DE MICROCRÉDITO .....	15
3.1 CREDIAMIGO – BANCO DO NORDESTE DO BRASIL S.A. ....	17
3.1.1 DESCRIÇÃO DO PROGRAMA CREDIAMIGO .....	18
3.1.2 PRÉ-REQUISITOS PARA CONCESSÃO DE CRÉDITO.....	22
3.1.3 PRODUTOS E SERVIÇOS OFERECIDOS .....	23
3.1.4 METODOLOGIA DE EMPRÉSTIMO .....	26
3.1.5 PERFIL ECONÔMICO DOS CLIENTES .....	29
3.1.6 DESEMPENHO DOS CLIENTES E RESULTADOS ALCANÇADOS ...	31
3.1.7 CREDIAMIGO E INADIMPLÊNCIA .....	35
3.2 BANCO PALMAS .....	36
3.2.1 HISTÓRICO E INÍCIO DO BANCO PALMAS.....	37
3.2.2 DESCRIÇÃO DO BANCO PALMAS .....	41
3.2.3 A MOEDA SOCIAL PALMA.....	43
3.2.4 APOIO PÚBLICO.....	44
3.2.5 PRÉ-REQUISITOS PARA CONCESSÃO DE CRÉDITO.....	45
3.2.6 PRODUTOS E SERVIÇOS OFERECIDOS .....	46
3.2.7 METODOLOGIA DE EMPRÉSTIMO .....	48
3.2.8 PERFIL ECONÔMICO DOS CLIENTES .....	50
3.2.9 DESEMPENHO DOS CLIENTES E RESULTADOS ALCANÇADOS ...	51
3.2.10 BANCO PALMAS E INADIMPLÊNCIA .....	58
3.3 BANCO COMUNITÁRIO CAPIVARI .....	59
3.3.1 HISTÓRICO E INÍCIO DO BANCO CAPIVARI.....	60

3.3.2	DESCRIÇÃO DO BANCO COMUNITÁRIO CAPIVARI .....	63
3.3.3	MOEDA SOCIAL CAPIVARI.....	64
3.3.4	APOIO PÚBLICO.....	67
3.3.5	PRÉ-REQUISITOS PARA CONCESSÃO DE CRÉDITO.....	68
3.3.6	PRODUTOS E SERVIÇOS OFERECIDOS .....	68
3.3.7	METODOLOGIA DE EMPRÉSTIMO .....	72
3.3.8	PERFIL ECONÔMICO DOS CLIENTES .....	73
3.3.9	DESEMPENHO DOS CLIENTES E RESULTADOS ALCANÇADOS ...	73
3.3.10	BANCO CAPIVARI E INADIMPLÊNCIA.....	74
3.3.11	PRÓXIMOS PASSOS DO BANCO CAPIVARI.....	75
3.3.11.1	PROJETOS DO BANCO CAPIVARI .....	75
3.3.11.2	IDEIAS PARA O BANCO CAPIVARI.....	79
4	CENÁRIO ATUAL DO BRASIL .....	83
4.1	INADIMPLÊNCIA NO BRASIL.....	83
4.2	ESFORÇOS PARA COMBATE À POBREZA.....	84
5	COMPARAÇÃO ENTRE AS INICIATIVAS .....	85
6	CONCLUSÃO .....	90
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	92
	ANEXO I – LEI Nº 1.502 – FOMENTO À ECONOMIA SOLIDÁRIA DO MUNICÍPIO DE SILVA JARDIM.....	95
	ANEXO II – LEI Nº 1.563 – BOLSA CAPIVARI .....	104
	ANEXO III – ENTREVISTA COM UMA CLIENTE DO BANCO CAPIVARI.....	107

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - RETORNO ESPERADO <i>VERSUS</i> TAXA DE JUROS PRATICADA....	10
FIGURA 2 - ACESSO A CRÉDITO: 1997-2003 .....	20
FIGURA 3 - LOGOMARCA DO PROGRAMA CRESCER.....	21
FIGURA 4 - SISTEMA FINANCEIRO TRADICIONAL .....	26
FIGURA 5 - SISTEMA FINANCEIRO SOLIDÁRIO .....	27
FIGURA 6 - CURVA DE LORENZ DA DÍVIDA – NORDESTE .....	32
FIGURA 7 - REGIÕES DE ATUAÇÃO DO CREDIAMIGO.....	33
FIGURA 8 – MOEDA SOCIAL PALMA .....	43
FIGURA 9 - PROCESSO DA SOLICITAÇÃO À CONCESSÃO DE CRÉDITO .....	49
FIGURA 10 - LOGOMARCA DO BANCO PALMAS .....	53
FIGURA 11 - PREFEITURA MUNICIPAL DE SILVA JARDIM .....	60
FIGURA 12 - FACHADA DO BANCO CAPIVARI.....	62
FIGURA 13 - INTERIOR DO BANCO CAPIVARI - SALA DA GERÊNCIA.....	62
FIGURA 14 - INTERIOR DO BANCO CAPIVARI – RECEPÇÃO E CAIXA.....	63
FIGURA 15 - CÉDULAS DE CAPIVARI .....	65
FIGURA 16 - PLACA DE COMÉRCIO "ACEITAMOS CAPIVARI" .....	66
FIGURA 17 - CORRESPONDÊNCIA ENTRE BANCO CAPIVARI E BANCO DO BRASIL.....	69
FIGURA 18 – CAPA DE CARNÊ DA SIMULAÇÃO DE CRÉDITO PARA CONSUMO .....	71
FIGURA 19 - SIMULAÇÃO DE CRÉDITO PARA CONSUMO.....	71
FIGURA 20 - ENCARTE DE INAUGURAÇÃO DO BANCO CAPIVARI - FRENTE .....	77
FIGURA 21 - ENCARTE DE INAUGURAÇÃO DO BANCO CAPIVARI – VERSO	77
FIGURA 22 - CAPA DA CARTILHA SOBRE ECONOMIA SOLIDÁRIA E MOEDA SOCIAL .....	78

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - INDICADORES DE ALCANCE DO CREDIAMIGO .....	34
TABELA 2 - ÍNDICES DE INADIMPLÊNCIA - CREDIAMIGO .....	35
TABELA 3 - BANCO PALMAS EM NÚMEROS .....	57
TABELA 4 – INADIMPLÊNCIA DO BANCO PALMAS (ACIMA DE 30 DIAS)....	59
TABELA 5 - COMPARAÇÃO ENTRE AS INICIATIVAS – PARTE I.....	89
TABELA 6 - COMPARAÇÃO ENTRE AS INICIATIVAS - PARTE II.....	89



## INTRODUÇÃO

Segundo TOMELIN (2003), o micrédito é a concessão de empréstimos de baixo valor a pequenos empreendedores informais e microempresas sem acesso ao sistema financeiro tradicional, principalmente por não terem como oferecer garantias reais.

O microcrédito é destinado principalmente à produção e pode ser concedido segundo metodologias específicas e diversas, definidas de acordo com a iniciativa de microcrédito em questão.

O microcrédito não é simplesmente uma questão de facilitar e democratizar o acesso ao crédito, do qual muitos brasileiros estão excluídos.

Segundo NERI (2008), os pobres não devem ser protegidos dos mercados. A política deve ser justamente a oposta: dar a eles acesso sustentável aos mecanismos de mercado.

O impacto que o microcrédito pode acarretar não é apenas relacionado à questão creditícia, efeito mais direto e objetivo, mas está também relacionado a melhores condições de saúde, habitação, alimentação e, de um modo geral, bem-estar social.

O microcrédito não é apenas um crédito de valor inferior ao comumente praticado pelas instituições financeiras tradicionais, mas é também uma modalidade que adota uma metodologia específica, que está relacionada a concessão de crédito com assistência, com menores burocracias quando comparadas aos padrões de crédito de mercado.

Em termos sociais, o microcrédito pode ser interpretado como tendo um papel fundamental na retirada de uma grande parcela da população da situação de pobreza. De acordo com NERI (2008), mais da metade dos clientes de uma iniciativa de microcrédito do Nordeste que se situavam abaixo da linha da pobreza saíram dessa condição de miserabilidade, sendo esse programa de grande importância a nível brasileiro, pois ocupava mais de 60% do mercado de microcrédito nacional.

O microcrédito não deve ser encarado como uma política assistencialista, mas sim o oposto, ele é uma política que viabiliza aos empreendedores a saída de suas respectivas condições por conta própria, tendo o apoio dessa política.

O trabalho a seguir tem como objetivo estudar algumas iniciativas de instituições de microcrédito no território brasileiro, dando um maior enfoque no Banco Capivari, localizado no estado do Rio de Janeiro.

# **1 CONSIDERAÇÕES SOBRE O TEMA**

A seguir, são apresentados a justificativa do tema e o objetivo do trabalho, evidenciando a metodologia a ser utilizada ao longo do trabalho.

## **1.1 JUSTIFICATIVA DO TEMA**

A pobreza na sociedade atual, principalmente nos países em desenvolvimento, ainda é uma questão agravante. Iniciativas de combate à pobreza surgem com cada vez mais frequência, em proporções cada vez maiores.

Um desafio grande, que ainda persiste nos dias de hoje, é retirar a parcela da população que se encontra abaixo da linha da pobreza. Muitas iniciativas de crédito estão focadas na parcela da população de classe média, desde que estas tenham mínimos de renda a serem comprovados e um mínimo patrimônio para servir de garantia aos créditos concedidos. Nesse sistema, aqueles que se encontram abaixo da linha da pobreza, sem ter como comprovar sua renda, se ela existir, ainda estarão excluídos.

Em um estudo tomando por base os microempresários nordestinos, constatou-se que, mais notório do que a falta de recursos privados (capital físico, humano ou social), é a escassez de serviços financeiros e de políticas públicas destinadas a parcela pobre da população. Esse é um ponto que merece ser estudado e encarado como uma política potencial de desenvolvimento econômico e social.

## **1.2 OBJETIVOS DO ESTUDO**

O presente trabalho busca refletir sobre metodologias de microcrédito voltadas à população, principalmente à parcela pobre desta, de forma a garantir equidade de acesso a crédito. As iniciativas de microcrédito estudadas têm foco maior sobre os empréstimos destinados à produção, sendo o aumento do consumo entendido como uma consequência do aumento de renda oriundo da atividade produtiva.

Um fato interessante é que o mercado de crédito brasileiro atual privilegia mais o consumidor do que o produtor, os empréstimos são mais de curto prazo do que de longo prazo e quase sempre atingem mais a população de alta do que de baixa renda. Adicionalmente, quando os empréstimos são realizados, geralmente estes se dão a taxas altas. Isso exclui ainda mais a parcela da população mais pobre pois, mesmo que esta consiga empréstimos, provavelmente não terá condições de arcar com a sua dívida acrescida dos juros gerados.

O objetivo geral do trabalho é a compreensão dos fundamentos de um banco comunitário e das políticas de microcrédito no Brasil. Como objetivos específicos, busca-se entender o processo de funcionamento de diversas instituições de microcrédito no território brasileiro, principalmente o Banco Capivari.

### **1.3 METODOLOGIA DA PESQUISA**

Com relação à metodologia utilizada, o trabalho em questão adotou o procedimento de estudo de caso. Para a elaboração de um estudo de caso, o primeiro passo é a coleta de dados de forma aprofundada, com o objetivo de elucidar a situação analisada.

Essa coleta de dados envolve uma revisão da bibliografia existente sobre o assunto. No presente trabalho, serão apresentados alguns casos relacionados a iniciativas de microcrédito e como elas se relacionam com o objeto de estudo, o Banco Capivari.

O estudo de caso em si apresenta dois momentos distintos, que seriam a apreensão e, em seguida, a descrição da situação.

O estudo de caso é uma ferramenta de pesquisa adequada quando os temas analisados são contemporâneos, abrangentes e complexos, quando o foco é maior na compreensão dos fatos e quando a possibilidade de se utilizar diversas fontes para evidenciar os fatos é uma necessidade metodológica.

Desse modo, o estudo de caso é uma metodologia adequada no trabalho em questão, porque o seu objetivo é compreender a concepção do Banco Capivari, sua

implementação e a dinâmica de funcionamento desse banco, tendo sempre o foco nas iniciativas de microcrédito.

## 2 O MICROCRÉDITO E OS MICROEMPREENHIMENTOS

Em meados do século XX, muitos governos ao redor do mundo apoiaram iniciativas de fornecimento de crédito para menos favorecidos, especialmente para aqueles que residiam em áreas rurais. Entretanto, essas tentativas não foram bem sucedidas, por serem ineficientes, por ter havido muita corrupção e, especialmente, por haver taxas de juros altamente subsidiadas, o que ocasionavam altas taxas de inadimplência. Outros fatores que colaboraram com o insucesso foram os crescentes subsídios, gerando um sistema insustentável por si só, dependendo sempre do apoio externo para sua sobrevivência, e pelo fato de os mais favorecidos receberem os maiores benefícios, ocasionando um racionamento de crédito, principalmente para os mais necessitados.

Esse cenário começou a mudar com a iniciativa do *Grameen Bank*, que fez importantes contribuições metodológicas para o campo do microcrédito. Como principais contribuições, estão a utilização de empréstimos solidários como mecanismos de seleção de tomadores e garantias e a visão de um banco pró-ativo e não apenas concesso de crédito, mas um banco que procura alcançar os seus clientes, tanto ativos quanto potenciais.

A definição de microcrédito não é única, porém o seu sentido é geralmente um consenso. Para GULLI (1998), consiste em serviços financeiros de pequena escala, ou seja, que envolvam valores baixos. Já para SCHREINER (2001), é o crédito concedido a pessoas de baixa renda, e não é definido pelo valor emprestado. Obviamente, essas definições não são excludentes e, pelo contrário, são complementares, já que os empréstimos destinados a pessoas de baixa renda são, na maioria das vezes, um montante pequeno se comparado aos empréstimos comumente praticados no mercado.

Os serviços de microcrédito são praticados dentro do universo das microfinanças, que se referem a um conjunto de serviços financeiros, que incluem, além do microcrédito, micropoupanças, microsseguros, crédito imobiliário etc.. As instituições de microfinanças fornecem esses serviços financeiros a clientes que foram excluídos do setor bancário formal. De uma forma resumida, elas objetivam a aumentar a capilaridade do sistema financeiro em seus diversos segmentos, dando ênfase especial ao crédito.

Essas instituições são as principais fomentadoras dos **microempreendimentos, que podem ser definidos como atividades econômicas independentes que envolvam um volume reduzido de recursos**. Nessa categoria, podem ser incluídos desde vendedores ambulantes até um comércio contendo poucos funcionários. Porém, como esses empreendimentos geralmente apresentam um alto grau de informalidade, frequentemente não possuem documentação legal, propriedades e nem salários regularizados, mantendo assim o sistema econômico vigente de exclusão das instituições bancárias tradicionais, pois não têm as garantias exigidas por elas para concessão de empréstimos.

Segundo dados da pesquisa de Economia Informal Urbana (Ecinf), realizada em 2003 pelo IBGE em parceria com o Sebrae, a economia informal gerou, no ano de realização da pesquisa, R\$ 17,6 bilhões de receita e ocupou um quarto dos trabalhadores não-agrícolas do Brasil. Em Outubro de 2003, haviam no Brasil 10.525.954 pequenas empresas não agrícolas, sendo que deste total 98% pertenciam ao setor informal, ocupando cerca de 13.860.868 pessoas. Do total de empresas analisadas, cerca de 94% não utilizou crédito nos três meses anteriores à pesquisa no desenvolvimento da atividade, sendo que as que o fizeram tiveram sua principal fonte de recursos proveniente de bancos públicos ou privados, totalizando (58%). Um outro dado obtido na pesquisa foi que, assim como em 1997, 83% das empresas do setor informal não possuíam qualquer tipo de dívida, no momento da pesquisa.

Com relação à distribuição geográfica pelo território brasileiro das empresas do setor informal, a pesquisa de 2003 indicou que os estados de São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Bahia e Rio Grande do Sul concentravam 57,6% do total das empresas do setor.

A Lei nº 9.841/99, atualizada pelo Decreto nº 5.028/2004, que institui o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, classifica as microempresas segundo sua receita bruta anual, que pode ser igual ou inferior R\$ 360.000,00 e as empresas de pequeno porte segundo o mesmo critério, tendo receita anual bruta superior a R\$ 360.000,00 e inferior a R\$ 1.200.000,00. O objetivo dessa lei é assegurar às microempresas tratamento jurídico diferenciado e simplificado nos campos administrativo, tributário, previdenciário, trabalhista, creditício e de desenvolvimento

empresarial, assegurando sua participação no processo de desenvolvimento econômico e social.

Segundo o estudo da Economia Informal Urbana (Ecinf), uma microempresa é uma unidade econômica constituída por trabalhadores por conta própria ou por empregadores com até cinco empregados. Cabe ressaltar que, como o próprio nome já evidencia, a amostra desse estudo seleciona empresas situadas em áreas urbanas. Essa definição adotada pela Ecinf é a mesma adotada pela Organização Internacional do Trabalho (OIT). O Sebrae também usa o número de empregados como critério para definição de microempresas, classificando como microempresas do setor de comércio e de serviços as que têm até nove empregados. Para o setor industrial e de construção, uma microempresa pode ter até dezenove funcionários.

Um projeto de microcrédito, para ser bem-sucedido, precisa ter a longo prazo, de forma resumida, uma tecnologia adequada de crédito, um bom sistema de tecnologia da informação, sistema de gerenciamento de risco e governança corporativa eficiente, além de capital humano, como conhecimentos sobre o sistema bancário, empresarial e financeiro e práticas de gerenciamento. Claro que um embrião de um projeto às vezes não tem todos esses pré-requisitos, mas todos os projetos deveriam trilhar caminhos até que esses requisitos sejam alcançados.

No Brasil, a maioria do crédito popular baseia-se em tecnologias de concessão de crédito direto ao consumidor. Segundo experiências internacionais de sucesso, o programa deve priorizar sua atuação no segmento de crédito para produção/empreendimentos, uma vez que estes são geradores de renda, tanto local quanto nacionalmente. De uma forma geral, os empréstimos são mais de curto do que de longo prazo e atingem mais a parcela da população de alta renda e, muitas vezes, as taxas de juros são elevadas, o que automaticamente exclui uma grande parcela da população que não tem condições de pagá-las.



## 2.1 INSTITUIÇÕES DE MICROCRÉDITO

Uma pesquisa recente do *The Microfinance Exchange (MIX)* e do *MicroBanking Bulletin* mostrou que são necessários em média de cinco a sete anos para que uma instituição de microcrédito se torne sustentável.

De acordo com BERGUER (2006), são definidos três caminhos possíveis para a sustentabilidade dessas instituições de microcrédito, a saber:

- *Upgrading*: criação de uma instituição financeira regulada por uma Organização Não-Governamental. Em primeiro lugar, fortalece-se a ONG e depois transforma-se em instituição sustentável. É considerada a opção de custo mais elevado;
- *Downscaling*: instituições financeiras já estabelecidas passam a trabalhar com o microcrédito. Instituições podem entrar nesse nicho de mercado por este ser lucrativo, para diversificar seus produtos e para cumprir uma função social;
- *Greenfields*: criação de instituições totalmente novas.

As instituições de microfinanças podem adotar diversas metodologias para concessão de crédito, tendo como destaque o empréstimo solidário. Ele **consiste na concessão de crédito não a um indivíduo, mas a um grupo de indivíduos, que tomam empréstimos juntos e são conjuntamente responsáveis por seu pagamento, recebendo o nome também de colateral social.**

Essa forma de empréstimo não obriga que os empreendimentos sejam da mesma natureza, muito pelo contrário, em algumas ocasiões são até estimulados os empreendimentos de naturezas distintas, para cumprirem papéis diferentes no mercado.

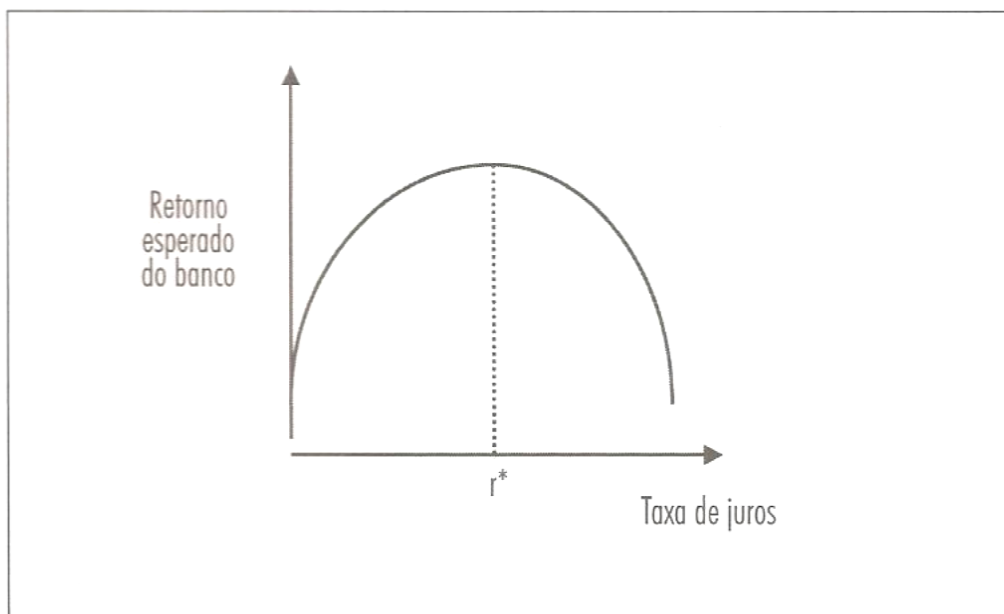
Esse tipo de empréstimo tem um papel importante nessa metodologia de microcrédito, pois transfere os custos de monitoramento da instituição financeira para o próprio grupo, colaborando assim para a viabilidade econômica desses empréstimos, uma vez que, no modelo tradicional, em que os montantes emprestados são comumente maiores que os do microcrédito, os custos de monitoramento são baixos em relação aos montantes emprestados. No caso do microcrédito, se os custos de monitoramento

fossem elevados, talvez a prática de empréstimos não seria uma atividade economicamente sustentável, inviabilizando assim a iniciativa.

Paralelamente, ele também exclui a participação de tomadores arriscados no grupo, garantindo assim índices maiores de adimplência. Para muitas comunidades, a punição social por não cumprir com seus deveres dentro dela pode ter mais valor do que punições judiciais.

## 2.2 RISCOS PARA AS EMPRESAS DE MICROCRÉDITO

Para uma instituição destinada à concessão de microcrédito ser bem sucedida, ela deve atentar principalmente para a taxa de juros cobrada em seus empréstimos. Segundo estudos na área, principalmente as conclusões do estudo de STIGLITZ e WEISS (1981), ao se aumentar a taxa de juros contratual, pode-se diminuir o retorno esperado do emprestador. Isso fica ilustrado no gráfico abaixo, de uma forma esquemática.



**Figura 1 - Retorno Esperado Versus Taxa de Juros Praticada**

Fonte: “Microcrédito – O Mistério Nordestino e o Grameen Brasileiro”

Segundo os autores, há probabilidades diferentes de os tomadores de empréstimos pagarem suas dívidas, o que é intuitivo para um qualquer leigo no assunto. O retorno esperado obviamente vai depender da probabilidade de pagamento. Como é difícil identificar os “bons tomadores”, essas instituições utilizam técnicas diversas, como por exemplo identificar a taxa de juros que um indivíduo está disposto a pagar em seus empréstimos. Nessa linha, os que estão dispostos a pagar taxas de juro altas, podem apresentar um risco maior. Uma explicação para esse fato pode ser que se os tomadores estão dispostos a pegar empréstimos a altas taxas de juros, podem ter a percepção de que a probabilidade de pagamento do empréstimo é baixa. Desse modo, podemos identificar uma relação de causa e consequência, pois à medida que a taxa de juro aumenta, a média de risco daqueles que tomaram empréstimos aumenta, o que possivelmente diminui o lucro do banco ou da instituição que concede o crédito.

De acordo com o gráfico, o retorno esperado pelo banco deve aumentar mais devagar que a taxa de juros e, se passar de certo ponto, pode diminuir. A taxa de juro à qual o retorno esperado do banco é maximizado foi chamado no gráfico de “ótimo bancário”.

É notável que a oferta de crédito é inferior a sua demanda. Segundo a análise da Economia tradicional e segundo a lei da oferta e da demanda, poderia se esperar que, em um quadro em que há excesso de demanda, os tomadores potenciais de empréstimos se disporiam a pagar taxas de juros mais altas ao banco, aumentando assim essa taxa até a demanda se igualar à oferta. Porém, como já citado anteriormente, à medida que se aumenta a taxa de juros, aumenta-se o risco de calote por parte do banco, porque muitos tomadores podem não conseguir honrar suas dívidas. Podemos inclusive citar que não existem forças competitivas levando a oferta a igualar a demanda, tornando o crédito racionado.

Outro risco é novamente em relação a taxa de juro praticada. Caso um banco de microcrédito pratique uma taxa muito abaixo do mercado, principalmente caso seja subsidiada, pode induzir grupos que já obtinham crédito a migrarem para o programa. Desse modo, as condições para a entrada no programa devem ser bem delineadas, de forma a atingir o público-alvo do programa, e não atrair oportunistas em busca de taxas de juros reduzidas.

O papel do Estado nessa questão não deveria ser o de subsidiar as taxas de juros praticadas por bancos públicos. Em contrapartida, além de ter um setor público dedicado ao microcrédito, o Estado deveria também incentivar a participação mais ativa da iniciativa privada no microcrédito, sobretudo facilitando a formalização dos micronegócios, o que poderia diminuir os riscos desse tipo de empréstimo.

A maioria desses argumentos é válido principalmente para o mercado de crédito tradicional, já que são regidos pelas leis de mercado, tendo como principal objetivo o lucro por parte dos emprestadores. Um ponto que vale a pena ressaltar é que o estudo de caso do presente trabalho tem um foco bem distinto do exposto, uma vez que o seu objetivo principal é estimular o desenvolvimento local da região em que ele está inserido.

A reflexão que vale a pena ser evidenciada é que as iniciativas de microcrédito provavelmente não seguem os mesmos caminhos das iniciativas de crédito do mercado tradicional, principalmente em suas fases iniciais. Porém, um ponto que é defendido nos argumentos de NERI (2008), é que as iniciativas de microcrédito, caso queiram ter sucesso a longo prazo, devem procurar alternativas que se enquadrem no mercado, no sentido de estimular a criação de empreendimentos de microcrédito auto-sustentáveis, sem a dependência de subsídios governamentais, por exemplo.

### **2.3 O CONCEITO DE BANCO COMUNITÁRIO**

Os bancos comunitários são voltados para a geração de trabalho e renda nas economias locais nas regiões em que atuam, tendo por base os princípios da Economia Solidária. Eles têm como principal objetivo o desenvolvimento de territórios de baixa renda, através do incentivo à criação de redes locais de produção e consumo, baseado no apoio às iniciativas de economia solidária em seus diversos âmbitos, tais como: empreendimentos socioprodutivos, de prestação de serviços, de apoio à comercialização (lojas, mercados e afins), organizações de consumidores e produtores etc..

Na maioria dos casos, envolve a criação de uma moeda social local, que só possui valor na região de atuação do banco e que proporciona vantagens aos consumidores que as utilizam, como descontos no comércio local.

Além do incentivo ao comércio local através da moeda social, geralmente também há a concessão de créditos para produção e consumo, com juros bastante inferiores aos praticados pelos bancos tradicionais. Adicionalmente, os critérios para a concessão de empréstimos são diferentes, pois geralmente não são usados os mecanismos de análise de crédito do mercado tradicional. A análise de crédito se dá de uma forma baseada na inserção do indivíduo na comunidade em que o banco está instalado, ou seja, a sua relação com a comunidade, o seu histórico no local, além do conhecimento da rede pessoal em que o credor está inserido.

Em 18 de Novembro de 2009 foi assinado um termo de parceria entre o Banco Central e a Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES), que foi um marco regulatório para o seguimento dos bancos comunitários e das moedas sociais, como evidenciado em trecho abaixo, extraído de material institucional do Instituto Palmas.

“A Rede Brasileira de Bancos Comunitários consiste na articulação de todos os Bancos Comunitários do Brasil. Cadastra-se na Rede todos os bancos que após um rigoroso processo de formação, recebe o selo de certificação da Rede de Bancos Comunitários. Todos os Bancos comunitários têm obrigação de "prestar contas" de suas atividades, anualmente, no Encontro Nacional da Rede de Bancos Comunitários. Atualmente são 51 Bancos Comunitários no Brasil.”

A Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES) foi criada no âmbito do Ministério do Trabalho e Emprego com a publicação da Lei nº 10.683, de 28 de Maio de 2003, e instituída pelo Decreto nº 4.764, de 24 de Junho de 2003, fruto da proposição da sociedade civil e da decisão do presidente do Brasil na época, Luís Inácio Lula da Silva. Essa secretaria está em consonância com a missão do Ministério do Trabalho e Emprego, que tem o objetivo de viabilizar e coordenar atividades de apoio à Economia Solidária em todo o território nacional, visando à geração de trabalho e renda, à inclusão social e à promoção do desenvolvimento solidário.

Segundo NETO (2010), um banco comunitário é um serviço financeiro, solidário, em rede, de natureza associativa e comunitária, voltado para reorganização das economias locais, na perspectiva da geração de trabalho e renda e da Economia Solidária.

Um ponto que vale a pena ser ressaltado é a diferença entre um banco comunitário e uma cooperativa de crédito, pois podem ser encarados como iniciativas semelhantes. A princípio, há duas diferenças básicas. A primeira é que a cooperativa de crédito compõe o sistema financeiro nacional e é regulamentada pelo Banco Central de forma direta. Em contrapartida, o banco comunitário não está dentro do sistema oficial de forma direta, tendo sua autonomia relativa, e obtendo apenas o suporte legal do Banco Central. A segunda é que a cooperativa de crédito é de propriedade dos associados, já o banco comunitário não tem um dono, sendo sua gestão feita por uma organização comunitária. Se pensarmos na filosofia de ambas as iniciativas, ambas estão no campo da economia solidária e compartilham os valores da cooperação, da autogestão, da solidariedade e da democracia nas decisões.

### 3 INICIATIVAS DE MICROCRÉDITO

Ao redor do mundo, políticas de fomento ao microcrédito surgiram em diversos momentos da história. As iniciativas têm como ponto em comum a busca pelo desenvolvimento de alguma localidade, seja ela uma comunidade específica, seja uma região de algum país.

A primeira grande iniciativa de microcrédito na história mundial de grande notoriedade certamente foi o *Grameen Bank*, que foi o primeiro banco do mundo especializado em microcrédito. O *Grameen* foi concebido pelo economista e professor bengalês Muhammad Yunus no ano de 1976.

A sua origem vem de uma pequena experiência implementada em 1976 pelo próprio criador. Yunus constatou a situação em que viviam muitos habitantes da cidade de Jobra, principalmente mulheres. Muitas delas viviam em um ambiente análogo ao da escravidão. A dinâmica era basicamente a seguinte: como muitas delas não tinham o capital inicial para adquirir matérias-primas para confeccionar seus produtos, sendo estes de grande maioria artesanais, acabavam por comprar de agiotas e atravessadores, que superfaturavam as matérias-primas e deixando as artesãs sem opção, já que a oferta se tornava monopolizada por esses agiotas. O pagamento era agendado para o futuro, assim que as artesãs vendiam os seus produtos, muitas vezes até para o próprio agiota ou atravessador, favorecendo assim ao lucro dessa pequena parcela que controlava esse mercado de crédito.

Na maioria das vezes, o montante recebido com as vendas para esses intermediários, descontado o valor da matéria-prima superfaturada, só possibilitava que as artesãs adquirissem novas matérias-primas para confeccionar novos produtos e vivessem em condições precárias, tornando-as assim “escravas” desse sistema. Segundo o livro escrito por Muhammad Yunus em 1997, “O banqueiro dos pobres”, cada trabalhador ganhava ao final de uma jornada de trabalho, em média, o equivalente a dois centavos de dólar.

A experiência inicial de Yunus, ocorrida no ano de 1976, consistiu no empréstimo de 27 dólares de sua própria renda para 42 mulheres da cidade de Jobra, que é localizada próxima à universidade em que ele lecionava, sem a cobrança de juros, para

que estas pudessem adquirir matérias-primas para seus trabalhos diretamente dos fornecedores, sem o intermédio dos atravessadores.

Yunus, em um momento futuro, verificou que todos os empréstimos foram pagos no prazo determinado. A partir dessa experiência, o professor expandiu essa experiência para as aldeiras vizinhas, obtendo o apoio do Banco Central de Bangladesh em 1979 e de outros bancos comerciais nacionalizados, possibilitando assim a expansão desse modelo para o distrito de Tangail, localizado ao norte da capital de Bangladesh, Dhaka, obtendo o mesmo sucesso da experiência em Jobra e possibilitando a ampliação para diversos outros distritos do país.

O *Grameen* opera como uma empresa privada autossustentável, gerando receitas que cobrem suas despesas e garantem lucros para seus acionistas. A iniciativa obteve formalmente o status de banco no ano de 1983, por meio de uma lei especial promulgada para sua criação.

O Banco se localiza em Bangladesh e conta com mais de duas mil agências e já emprestou mais de 5,5 bilhões de dólares para mais de 6,5 milhões de clientes, sendo que do total de clientes, mais de 95% deles são do sexo feminino, podendo ser encarado como um estímulo a emancipação feminina, principalmente em uma sociedade que historicamente privilegia a parcela da população do sexo masculino. A taxa de inadimplência do *Grameen* é muito baixa, de cerca de 1,15%.

Em resumo, o Banco tem como objetivos principais eliminar a exploração da população pobre por parte de agiotas, prover serviços bancários à essa parcela e criar oportunidades de empregos autônomos para a população desempregada de Bangladesh, principalmente a população rural, que é onde se localiza a maior parte dos habitantes dessa região e onde os níveis de emprego eram baixíssimos. O *Grameen* também busca favorecer à emancipação feminina, como já citado anteriormente, possibilitando que as mulheres de Bangladesh possam administrar suas próprias vidas, principalmente na esfera financeira.

O *Grameen Bank* ganhou o Nobel da Paz em 2006 juntamente com o seu fundador, que acredita que não é possível haver paz onde haja pobreza. O grande diferencial do Banco é que ele se baseia não apenas nos princípios econômicos, mas também e principalmente nos princípios humanistas. A filosofia do *Grameen* não enxerga a



parcela pobre da população como sobras sociais, mas como seres humanos que merecem ter uma vida digna. Segundo YUNUS (1997), a pobreza não tem lugar numa sociedade civilizada, e sim nos museus.

A partir da experiência do *Grameen Bank*, elencaremos a seguir algumas iniciativas de microcrédito, mostrando as suas peculiaridades e as suas características, procurando explicá-las da forma mais abrangente possível para, em seguida, compará-las com a iniciativa de microcrédito do Banco Capivari.

### **3.1 CREDIAMIGO – BANCO DO NORDESTE DO BRASIL S.A.**

O Banco do Nordeste do Brasil S.A. (BNB) opera no segmento de microcrédito desde 1998, com uma área especializada e com marca própria – o Programa de Microcrédito Produtivo Orientado, o CrediAmigo. Tornou-se, assim, o primeiro banco público de primeiro piso do Brasil a ter um modelo de atuação voltado para o microcrédito.

O Banco do Nordeste tem como missão contribuir para o desenvolvimento do setor microempresarial mediante a oferta de serviços financeiros e de orientação empresarial, de forma sustentável, oportuna e de fácil acesso, assegurando novas oportunidades de ocupação e renda no Brasil. Sua visão é ser referência local e global no mercado de microfinanças, pela dimensão, impacto social e qualidade no atendimento às necessidades dos empreendedores brasileiros. O Banco possui como valores: confiança, ética, inovação, responsabilidade social, superação, transparência e união.

O CrediAmigo é o maior programa de microcrédito produtivo orientado do Brasil, tendo grande atuação na região do Nordeste, região onde está situada a sua sede, mais especificamente no estado do Ceará, o que confere o seu caráter de política regional.

O programa tem a característica de ser uma “política pública com características privadas”, pois é um programa que gera lucros e amplia o protagonismo de segmentos de baixa renda sem custar quase nada aos cofres públicos. É uma política pró-ativa, que não fica passiva frente à resolução dos problemas de renda e pobreza.

Uma característica fundamental do programa é seu caráter autofinanciador. O programa não recebe benefícios fiscais, tendo o seu *funding* de mercado e todas as demais despesas administrativas são cobertas pelas receitas geradas pelos juros cobrados dos clientes.

Os recursos para os empréstimos do CrediAmigo atualmente são captados exclusivamente via depósito interfinanceiro vinculado a operações de microfinanças, regulamentado pela Resolução nº 3.422 do Banco Central e por contrato de empréstimo entre o Banco do Nordeste do Brasil e o Banco Mundial (<https://www3.bcb.gov.br/normativo/detalharNormativo.do?method=detalharNormativo&N=106386647>).

O foco do programa é semelhante ao perseguido por Muhammad Yunus e o *Grameen Bank*, que são os segmentos mais pobres e informais da sociedade. Segundo dados do IBGE, o percentual de miseráveis na região Nordeste do Brasil, segundo seus critérios, é maior que o percentual não-Nordeste, sendo que esse percentual era de 27,7% no Nordeste e 8,3% no restante do país (não-Nordeste), no ano de 2005. Obviamente, quando consideramos o restante do país, podemos estar incorrendo em um viés errado porque, como consideramos valores médios, pode haver regiões com índices semelhantes ao Nordeste. De qualquer forma, serve como forma de ilustração da situação de miséria do Nordeste brasileiro.

### **3.1.1 DESCRIÇÃO DO PROGRAMA CREDIAMIGO**

De 1998 a 2006, o CrediAmigo já havia efetuado 3,3 milhões de operações, tendo desembolsado R\$ 2,8 bilhões. Uma fotografia do ano de 2006 demonstra que o programa estava presente em 1.420 municípios em sua área de atuação, que seria a região Nordeste, Minas Gerais, Espírito Santo e Brasília.

Em 2003, o Banco do Nordeste firmou parceria com o Instituto Nordeste Cidadania, com o objetivo de operacionalizar o programa de microcrédito CrediAmigo, tendo em vista o Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO) do governo federal. Esse instituto é uma organização da sociedade civil de interesse público

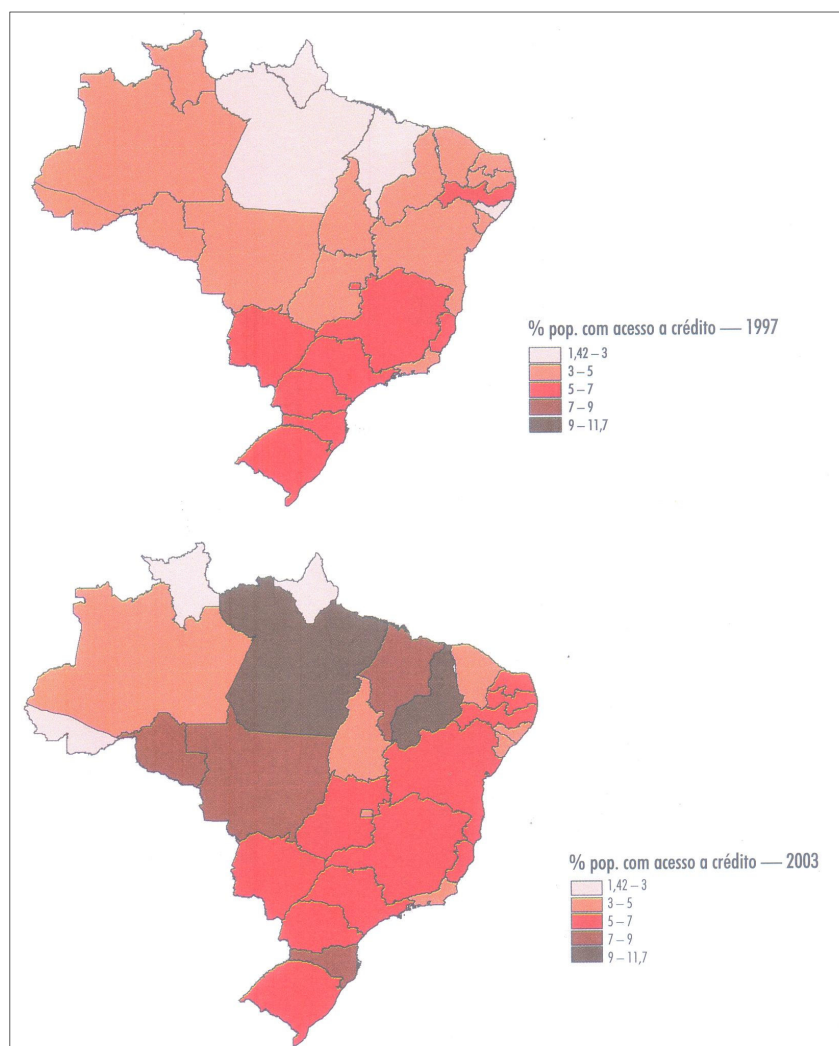
fundada em 1993, durante a Campanha Nacional de Combate à Fome, à Miséria e pela Vida, por iniciativa de funcionários do Banco do Nordeste.

A parceria estabelecia que o Instituto seria o responsável pela execução do CrediAmigo e pela gestão administrativa do pessoal, sua contratação e pagamento. O Banco do Nordeste atuaria em primeiro piso, acompanhando, supervisionando e fiscalizando o cumprimento do termo de parceria e, obviamente, prestando apoio ao instituto.

O Banco tinha, em Dezembro de 2006, uma base de dados de clientes ativos de 196.692, com ao menos uma renovação de empréstimos e, em Março de 2007, o programa tinha um cadastro de 244.092 clientes ativos, representando uma carteira ativa de R\$ 166 milhões. O programa atinge principalmente os trabalhadores por conta própria e empregadores com até cinco empregados, que são os chamados nanonegócios, segundo nomenclatura adotada por NERI (2008).

Desse universo de clientes supracitados, a grande maioria situa-se no estado do Ceará, seguido pela Bahia, Maranhão e Pernambuco. O atendimento a esses clientes é feito através de uma estrutura logística que dispõe de 170 agências e 26 postos de atendimento a clientes, com 1.193 colaboradores operando o programa nessas unidades.

A partir da figura abaixo, podemos acompanhar a evolução do acesso a crédito.



**Figura 2 - Acesso a Crédito: 1997-2003**

**Fonte: CPS/FGV, a partir dos microdados da Ecinf/IBGE**

Podemos notar que houve aumento considerável do acesso a crédito, principalmente no Nordeste brasileiro no período considerado. Estados antes com escasso acesso a crédito, como por exemplo o Pará e o Piauí, o primeiro com uma parcela da população com acesso a crédito entre 1,42% a 3% e o segundo, entre 3% a 5%, no ano de 1997, se tornaram os estados brasileiros com o maior índice da população com acesso a crédito, em 2003, cerca de 9% a 11,7%, de acordo com os mapas mostrados acima.

O CrediAmigo, que ocupa mais de 60% do mercado brasileiro de microcrédito, é um programa autossustentável, pois remunera os capitais investidos segundo regras de mercado e cobre os custos de sua operacionalização.

Como uma forma de facilitar o recebimento e a movimentação do crédito por parte de seus clientes, o Banco do Nordeste abre conta corrente para todos os seus clientes, sem cobrar taxa de abertura e nem taxa de manutenção.

O CrediAmigo é um programa de cobertura urbana, o que contrasta com o *Grameen Bank*, que tem um foco de atuação rural. Essa “divergência” está mais relacionada a realidades diferentes entre as duas regiões do que a características próprias dos dois programas, tendo em vista que em Bangladesh, local onde se situa o *Grameen Bank*, boa parte da população, em particular o produtor pobre, vive no campo. Já no Brasil, mais de 80% da população moram em áreas urbanas.

O programa segue a filosofia de que os empréstimos e seus juros não devam ser substancialmente subsidiados. Isso pode ser explicado porque o crédito subsidiado tende a ser mais limitado em volume e as instituições que emprestam crédito subsidiado são menos propensas à sustentabilidade, pois têm incentivos reduzidos à eficiência.

Em 2011, houve o lançamento do Crescer, que é o Programa Nacional de Microcrédito do Governo Federal. O Programa tem uma logomarca própria, como representada abaixo:



Figura 3 - Logomarca do Programa Crescer

Fonte: <http://omapadamina.org.br>, acessado em 30/09/2012

Esse Programa aumentou assim a abrangência do CrediAmigo para a esfera nacional.

### **3.1.2 PRÉ-REQUISITOS PARA CONCESSÃO DE CRÉDITO**

Para obter um empréstimo no programa CrediAmigo, o interessado necessita apenas de quatro itens:

- Ser maior de idade;
- Ter ou iniciar uma atividade comercial;
- Reunir um grupo de amigos empreendedores, que morem ou trabalhem próximos e que tenham confiança mútua, de três a dez pessoas;
- Documentos comprobatórios: registro geral, cadastro de pessoa física (CPF) e comprovante de residência.

Há diversos fatores que não são pré-requisitos para a concessão de crédito, mas aumentam as chances de o tomador obtê-lo. Como por exemplo, há um dado, da Fundação Getúlio Vargas (FGV), que a ligação com entidades de classe está correlacionada à obtenção de crédito e a vantagem aumenta em 44% para quem está associado a algum sindicato, associação ou cooperativa em relação aos que não possuem ligação com esses elementos do capital social.

Como exemplo, podemos citar as iniciativas de união de esforços dos pequenos produtores, que obtêm um alto retorno, como o Apoio ao Trabalhador Autônomo (ATA) no município do Rio de Janeiro. O ATA é uma entidade de direito privado que congrega trabalhadores por conta própria da construção civil no Rio de Janeiro. A sua dinâmica de funcionamento é bem simples: os trabalhadores cadastrados pagam uma mensalidade e 10% de cada serviço prestado à entidade, que faz a intermediação entre os profissionais e o público demandante do serviço de eletricitistas, pedreiros, bombeiros e obras em geral. Em troca, eles têm uma cota mínima de serviços garantida e atualização profissional permanente. Segundo a autora de uma tese de mestrado sobre o tema e também diretora do ATA, Michelle Plubins Bulkool, os trabalhadores cadastrados no ATA dão Recibo de Pagamento de Autônomo ou emitem nota fiscal a cada serviço prestado, pagando os impostos correspondentes.

Segundo dados de 2000, a taxa de aprovação dos clientes do ATA foi de 97%, mostrando um dos resultados positivos da organização na época, que possuía cerca de

600 trabalhadores autônomos cadastrados e atendeu a cerca de 4.500 solicitações de serviços. Em resumo, esse é um exemplo simples do tipo de associação que pode ser feito para aumentar as garantias para obtenção de crédito.

Um outro fator é a questão da legalidade, que também apresenta correlação com o acesso a crédito, no qual, segundo o estudo de NERI (2008), quem possui constituição jurídica tem uma vantagem 23% maior em relação aos desprovidos dessa constituição.

### **3.1.3 PRODUTOS E SERVIÇOS OFERECIDOS**

Segundo informações de 2006, o CrediAmigo oferece produtos e serviços desenvolvidos para o mercado de microempreendedores, tendo por base seu público-alvo, que são:

- Giro popular solidário: oferece capital de giro para empreendedores que tenham pelo menos um ano de atividade, com empréstimos de 100 reais até 1.000 reais, para grupos de três a dez pessoas e taxa de juros de 4% ao mês, mais uma taxa de abertura de crédito de até 3% sobre o valor liberado. O prazo para pagamento é de até seis meses, com pagamentos fixos quinzenais ou mensais e a garantia é o compromisso solidário feito pelo grupo a que pertence o devedor. Esse crédito é voltado para a compra de matéria-prima ou de mercadorias diversas;
- Giro solidário: oferece, assim como o primeiro, capital de giro, porém com valores acima de 1.000 reais, que podem ser renovados e evoluir até 8.000 reais, para grupos de três a dez pessoas e taxa de juros de 4% ao mês, mais uma taxa de abertura de crédito de até 3% sobre o valor liberado. As características são bem semelhantes ao primeiro e essa modalidade oferece ainda descontos pela pontualidade nos pagamentos;
- CrediAmigo comunidade: destinado ao financiamento de capital de giro e pequenos equipamentos para populações de áreas urbanas e semi-urbanas, comerciantes, prestadores de serviços, vendedores ambulantes e pequenos fabricantes, com valores iguais ao giro popular solidário (de 100 reais até 1.000 reais) para grupos de quinze a trinta pessoas e taxa

de juros de 2% ao mês, mais uma taxa de abertura de crédito de até 3% sobre o valor liberado;

- Giro individual: oferece capital de giro a clientes com experiência anterior no CrediAmigo que desejam complementar seus recursos para expandir sua atividade, com empréstimos de 300 reais a 8.000 reais e taxa de juros de 4% ao mês, mais uma taxa de abertura de crédito de até 3% sobre o valor liberado. O crédito dispensa o aval solidário, pois é de total responsabilidade do tomador, havendo necessidade de avalista e de comprovação de renda;
- Investimento fixo: os valores desses empréstimos variam de 100 reais a 5.000 reais, para a compra de máquinas, equipamentos e/ou reformas no negócio ou na residência, com prazo de quitação de até 36 meses e pagamentos fixos e mensais. A taxa média de juros é de 2,2% ao mês e as garantias são individuais, havendo necessidade de comprovação de renda;
- Seguro vida CrediAmigo: garante o pagamento de indenização ao beneficiário do seguro, com valores variados de acordo com o perfil do cliente.

O programa proporciona a todos os seus clientes, até os dias de hoje, acesso à conta corrente, movimentada por meio de cartão de débito, colaborando assim para a inclusão financeira e facilitando as negociações comerciais dos empreendedores atendidos pelo CrediAmigo.

Segundo dados do próprio banco, cerca de 98,8% dos tomadores de empréstimos tinham uma agenda mensal de pagamento, e apenas 1,2% deles pagavam os empréstimos quinzenalmente.

Com relação ao prazo para pagamento dos empréstimos, temos que a maior parte das operações (63%) era realizada com prazo de quatro meses, 10,6% com prazo de três meses, 14,9% com prazo de cinco meses e 8% com prazo de seis meses, os quais já perfazem 96,5% das operações. Desse modo, podemos concluir que o prazo para pagamento dos empréstimos é relativamente curto, em comparação com os sistemas tradicionais de empréstimos.



Em 2011, houve algumas mudanças, sendo a mais significativa de todas o lançamento do Crescer, que ampliou o acesso ao microcrédito para outras localidades do território brasileiro.

Os serviços oferecidos em 2011 sofreram algumas mudanças, sendo a principal delas o aumento do limite de crédito concedido.

Como principal mudança em relação a 2006, o giro popular solidário, inserido no programa Crescer, agora oferece empréstimos de 100 reais até 2.000 reais, representando um aumento do limite superior de 1.000, com taxa de juros menores, de cerca de 0,64% ao mês, representando uma redução grande em relação a 2006 (4%), com taxa de abertura de crédito de 1% sobre o valor liberado, sendo uma grande redução também em relação ao valor praticado em 2006 (3%). O prazo para pagamento também sofreu alteração, de seis para doze meses.

O giro solidário, que antes oscilava entre créditos de 1.000 até 8.000 reais, atualmente varia entre 2.100 a 15.000 reais, com taxas de juros de 1,20% ao mês, contra 4% em 2006, mais taxa de abertura de crédito de 3% sobre o valor liberado, mantendo assim no mesmo patamar. Assim como no anterior, o cliente tem o prazo de doze meses para efetuar o pagamento.

O CrediAmigo comunidade, também conhecido como Capital de Giro e Investimento, oferece créditos nos valores entre 100 e 1.100 reais, representando um aumento de apenas 100 reais no limite superior. A diferença é a redução da taxa de juros, de 2% em 2006 para 0,64% em 2011, com taxa de abertura de crédito de 1% sobre o valor liberado, representando também uma mudança, se comparado com os 3% praticados em 2006.

O giro individual e o investimento fixo, em 2011, têm as mesmas características creditícias, variando entre 300 e 8.000 reais, o que representa uma mudança para o investimento fixo, pois este tinha limite superior de 5.000, mas não apresentando mudanças em relação ao giro individual. A taxa de juros de ambos foi reduzida, de 4% e 2,2% ao mês, respectivamente, para 0,64%, mais taxa de abertura de crédito de 1% sobre o valor liberado. O prazo para quitação do crédito se manteve constante em 36 meses.

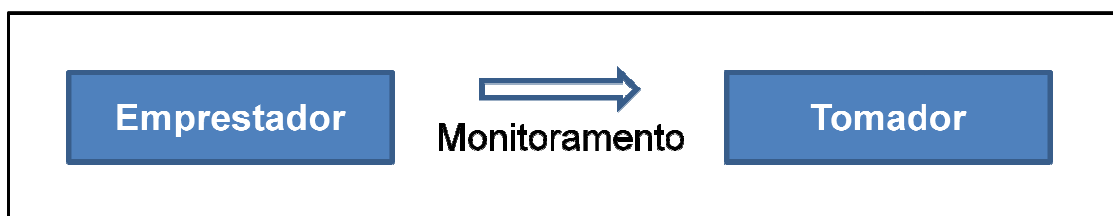
Em 2011, também foram emitidos mais de 119 mil apólices do seguro de vida CrediAmigo, com valores variando de acordo com cada cliente. Como exemplo, o auxílio funeral é de cerca de R\$ 840,00, por cada apólice.

### **3.1.4 METODOLOGIA DE EMPRÉSTIMO**

Na operacionalização do crédito, o Instituto Nordeste Cidadania utiliza a metodologia de microcrédito produtivo orientado, que consiste no atendimento dos empreendedores por pessoas treinadas, a fim de efetuar o levantamento socioeconômico necessário à definição das necessidades de crédito, auxiliar no relacionamento direto dos assessores com os empreendedores no próprio local de trabalho e na prestação de serviços de acompanhamento e orientação do planejamento do negócio.

Esse contato direto e pessoal entre os agentes das instituições financeiras e os tomadores de crédito objetivam diminuir o obstáculo criado pela assimetria de informações, que trazem dois problemas descritos por NERI (2008), que são problemas de seleção adversa e risco moral. O primeiro envolve o desconhecimento do credor com relação ao tipo do tomador, se ele é honesto, responsável etc.. Já o segundo está relacionado com a falta de informação do prestador sobre o tipo de atitude do tomador com relação ao empréstimo concedido.

De uma forma resumida, podemos comparar o CrediAmigo com o sistema financeiro tradicional através das figuras seguintes:



**Figura 4 - Sistema Financeiro Tradicional**

**Fonte: Elaboração Própria**

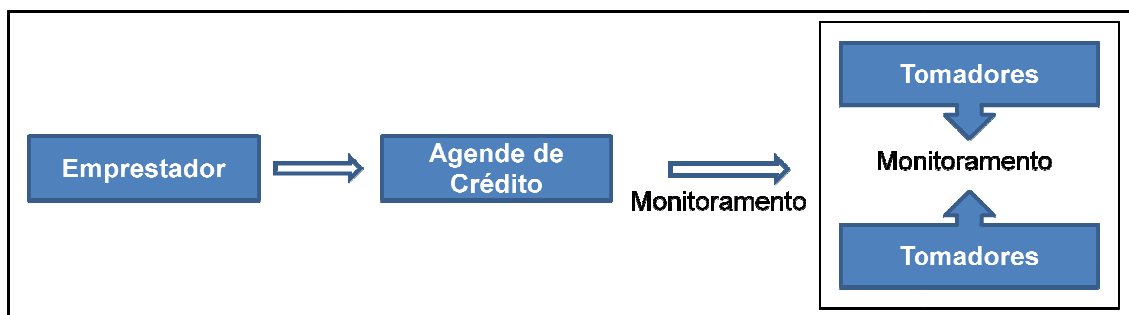


Figura 5 - Sistema Financeiro Solidário

Fonte: Elaboração Própria

Como exposto acima, no setor bancário formal, o banco possui informações imperfeitas sobre os tomadores, considerando a distância existente entre eles. Em programas de empréstimos, é preciso atentar para o custo de monitoramento do empréstimo. Quando se trata de programas de microcrédito, esse custo pode ser tão significativo que não justifique a oferta de crédito pelo prestador. A solução praticada pelo CrediAmigo é a transferência do custo de monitoramento para um terceiro, um agente de crédito, que devem ser pessoas próximas do grupo-alvo de tomadores. Esse agente pode checar informações já disponíveis sobre a boa conduta financeira dos potenciais clientes, como por exemplo averiguar se eles fazem pagamentos de contas de luz e água em dia, funcionando como um indicador esperado da adimplência do cliente em relação ao pagamento dos empréstimos.

O fornecimento de crédito baseia-se no aval solidário, por se utilizar, mediante empréstimos a grupos, do colateral social dos indivíduos, como já citado brevemente no tópico sobre os pré-requisitos para concessão de crédito. Para entender a dinâmica do colateral social, podemos apresentar o seguinte processo: **o empréstimo é concedido a um grupo de empreendedores interessados em obter o crédito, que assumem a responsabilidade conjunta pelo pagamento das prestações, sendo os componentes do grupo escolhidos pelos próprios empreendedores.** Caso um indivíduo do grupo não puder pagar, os demais integrantes devem arcar com as prestações desse indivíduo. Caso não haja o cumprimento de suas obrigações conjuntas, todos os integrantes do grupo entram na lista do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) como inadimplentes. Nesse caso, podemos pensar também no monitoramento interno, no qual os integrantes do próprio grupo se monitoram, formal ou informalmente, pois todos almejam que o seu

parceiro cumpra com seus objetivos, caso contrário os prejuízos serão repartidos por todos os componentes restantes.

Com o programa Crescer, de 2011, a metodologia de empréstimo se manteve baseada no aval solidário, devendo os potenciais tomadores de crédito nas novas localidades abrangidas pelo programa reunir grupos com o objetivo de tomar o empréstimo de forma conjunta.

De acordo com a base de dados dos clientes ativos em Dezembro de 2006, a maioria dos empréstimos do programa (95%) era de empréstimos solidários (giro popular solidário e giro solidário), ou seja, as garantias oferecidas eram apenas o colateral social dos clientes.

Na grande maioria dos casos, o pagamento é feito através de parcelas fixas mensais e deve ser realizado no prazo de até seis meses, sendo a maioria com um prazo de quatro meses.

Cabe ressaltar que a agilidade na aprovação e no desembolso dos empréstimos costuma ser mais importante para os tomadores do que as taxas de juros. No CrediAmigo, os empréstimos são rápidos e sucessivos, demandam pouca burocracia e os recursos são liberados, no máximo, em sete dias após a formação do grupo.

O banco fornece empréstimos crescentes ao longo do tempo, condicionados ao pagamento dos anteriores, e não renova o empréstimo se ocorrer o contrário. Segundo NERI (2008), os valores dos primeiros empréstimos variam de R\$ 100,00 a R\$ 2.000,00. Isso funciona como um forte incentivo ao pagamento, visto que muitos clientes não têm outra instituição alternativa para adquirir crédito e também testa os tomadores com pequenos montantes antes de expandir o valor do empréstimo. O banco acredita ainda que seja fundamental que o relacionamento não tenha um fim definido, uma vez que o “incentivo” ao calote aumenta no último período de pagamento.

A metodologia de pagamento dos empréstimos se dá através de pagamentos regulares e devem ser iniciados pouco tempo após o desembolso por parte das instituições financeiras. Isso disciplina os tomadores, caso eles não estejam familiarizados com esse tipo de dinâmica.

### **3.1.5 PERFIL ECONÔMICO DOS CLIENTES**

O perfil econômico dos clientes do programa se baseiam nos dados dos clientes ativos em Dezembro de 2006, conjugada com alguns dados disponíveis na Economia Informal Urbana (Ecinf), que constitui uma boa base disponível de microdados empresariais da economia informal urbana.

A maior parte dos clientes são mulheres, alcançando 61,73% do total da clientela em Dezembro de 2006. Em contrapartida, essa composição contrasta com a composição dos microempresários, em que 64,9% são homens.

Mais da metade dos clientes encontram-se na faixa entre 30 a 49 anos (57,49%). Com relação à educação, 62,51% dos clientes possuem primeiro grau, ou ensino fundamental, completo. Um dado exposto por NERI (2008), é que os clientes do CrediAmigo são claramente mais escolarizados do que a média dos microempresários do Nordeste urbano como um todo, dos quais apenas 27,1% possui primeiro grau completo, sendo que a grande maioria restante tem escolaridade inferior ao ensino fundamental.

A distribuição geográfica dos clientes do programa está bastante concentrada no Nordeste brasileiro, tendo destaque para o Ceará, Maranhão e Bahia, os quais perfazem mais da metade dos clientes. Também encontram-se clientes no norte dos estados de Minas Gerais e Espírito Santo.

Segundo os dados da Ecinf, na configuração dos microempresários por estado, Pernambuco e Ceará são os estados que concentram o maior número, sendo 20,7% e 14,54%, respectivamente, do total dos microempresários nordestinos.

Segundo o IBGE, a configuração demográfica do Nordeste brasileiro mostra que apenas 26,2% da população vive em metrópoles (em capitais ou regiões metropolitanas), enquanto 73,8% vivem em áreas urbanas não-metropolitanas. Isso está alinhado e suporta a metodologia de colateral social do CrediAmigo, uma vez que os indivíduos de cidades não-metropolitanas tendem a ser mais conhecidos em seu meio social, o que reduz a probabilidade de calote, uma vez que o “custo” de se pegar um empréstimo e fugir é maior.

Dentre os empreendimentos dos clientes do programa, 33,7% realizam suas atividades em sua própria residência, 32,3% têm um ponto comercial e 20,5% realizam serviços a domicílio. A grande maioria (92%) atua no setor do comércio, evidenciando o foco do programa, que é o fornecimento de crédito comercial, com grande atuação no financiamento de capital de giro.

Segundo dados do programa CrediAmigo, tomando por base os clientes ativos em Dezembro de 2006, os empréstimos eram compostos por 79,6% de capital de giro popular solidário, 15,5% de giro solidário, 2,6% de investimento fixo, 2,43% de capital de giro individual e apenas um empréstimo do tipo crédito comunidade, corroborando numericamente o que foi citado no parágrafo anterior. Podemos perceber que a maioria dos empréstimos do programa, cerca de 95%, é do tipo empréstimo solidário, que tem como garantia apenas o colateral social dos clientes.

Os clientes podem ser categorizados de acordo com o porte de seus empreendimentos. Dessa forma, os clientes podem ser divididos em quatro grupos:

- Subsistência: vendas mensais iguais ou inferiores a R\$ 1.000,00;
- Acumulação Simples: vendas mensais entre R\$ 1.000,00 e R\$ 5.000,00;
- Acumulação Ampliada: vendas mensais entre R\$ 5.000,00 e cerca de R\$ 36.000,00;
- Empresas de Pequeno Porte: clientes de maior porte, já formalizados.

De acordo com os dados do programa, cerca de 93% dos negócios têm vendas inferiores a R\$ 5.000,00, ou seja, desse total, ou são de acumulação simples (48,9%), ou são de subsistência (44%).

Cabe ressaltar que há estreita ligação entre o lado pessoa física dos microempresários e o lado pessoa jurídica, mesmo que informal. A sobreposição desses dois lados implica que o entendimento da estrutura e do funcionamento dessas pequenas empresas deve considerar as características de seus donos e de suas respectivas famílias.

Segundo dados do Relatório Anual CrediAmigo 2011, a maior parte dos clientes continua sendo do gênero feminino, representando 66% do total, um aumento em relação a apuração feita em 2006.

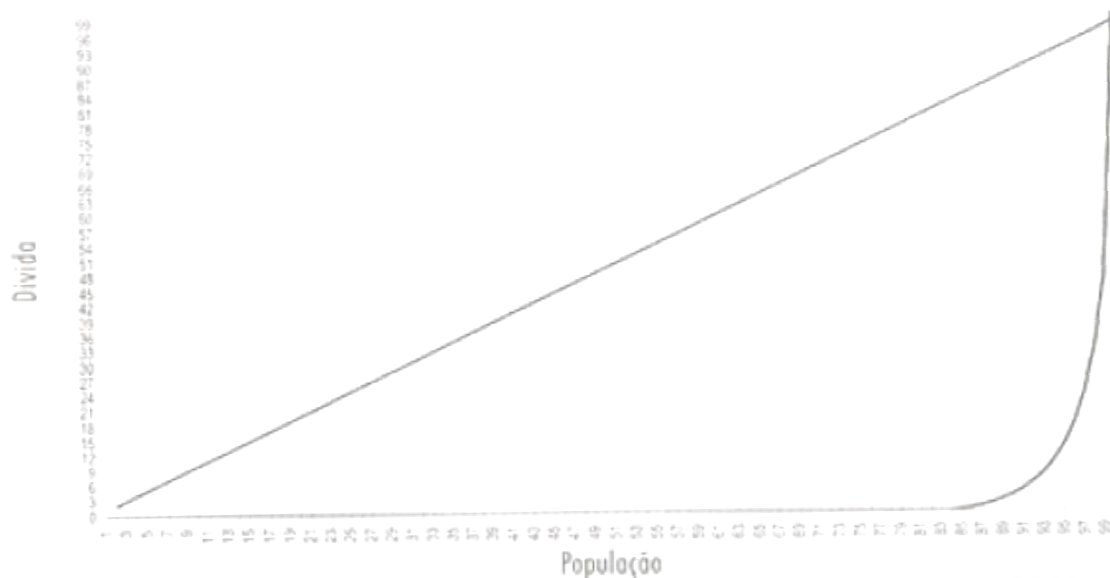
O perfil etário dos clientes em 2011 não se alterou significativamente desde 2006, sendo que 68% estão dentro da faixa entre 25 e 50 anos. Com relação à escolaridade, 28% possuem o primeiro grau completo e cerca de 35% possuem o ensino médio completo.

De acordo com o relatório de 2011, 78% dos clientes têm a renda familiar inferior a R\$ 1.500,00, demonstrando assim a eficácia do programa em atender às famílias de rendas mais baixas. Uma outra configuração apurada em 2011, que não difere muito do constatado em 2006, é que 91% dos clientes atuam no setor comercial, contra 92% em 2006, sendo o restante dividido entre Indústria e Serviços.

### **3.1.6 DESEMPENHO DOS CLIENTES E RESULTADOS ALCANÇADOS**

De uma forma reduzida e adotando os parâmetros analisados em NERI (2008), tanto o lucro bruto médio quanto mediano dos clientes aumentaram, sendo o primeiro de 35,1% e o segundo de 32%. Um outro ponto que vale a pena destacar é o fato de os maiores lucros estarem situados em empreendimentos que possuem um ponto comercial. Uma outra relação concluída é entre nível educacional e lucro. Essa relação é diretamente proporcional, tomando o universo de clientes analisado.

Segundo dados da Ecinf, a dívida média de quem tem dívida é de 367 reais. Esse é um valor bem pequeno se comparado com os montantes de empréstimos praticados pelos bancos tradicionais. Segundo a mesma instituição, cerca de 83% da população urbana de empresários nordestinos não têm dívida, o que representa um valor bem elevado. Porém, o montante maior da dívida está concentrado em uma parcela pequena dos tomadores, como pode ser observado no gráfico abaixo.



**Figura 6 - Curva de Lorenz da Dívida – Nordeste**

**Fonte: CPS/FGV, processando microdados da Ecinf, do IBGE**

Segundo ao gráfico, os 10% dos tomadores com as dívidas mais altas apresentam em média dívida de R\$ 3.500,00 e detêm 96% da massa de dívida do segmento microempresarial urbano. Isso demonstra uma grande desigualdade em termos de acesso ao microcrédito, em que uma pequena parcela da população de tomadores obtém as maiores somas de empréstimos, em detrimento da maioria, que obtém créditos que podem ser insuficientes para suas necessidades.

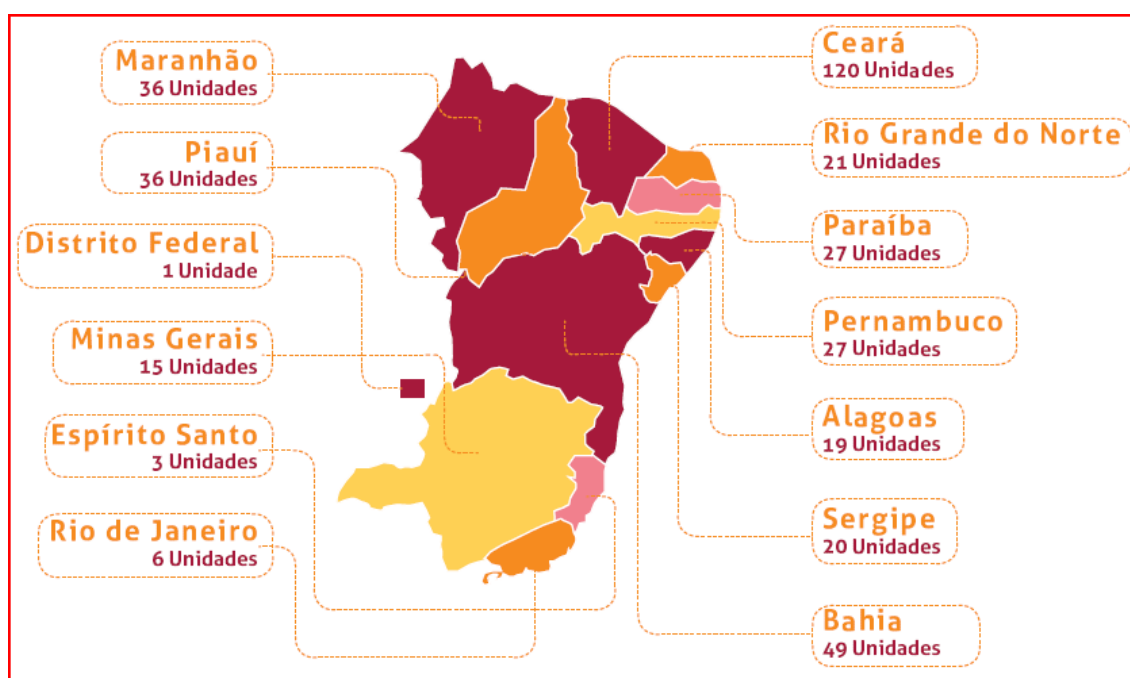
Um resultado surpreendente do programa é que, dentre os beneficiários, apenas 1,5% dos não-miseráveis cruzaram, no sentido descendente, a linha da pobreza, enquanto 60,8% daqueles que se situavam abaixo da linha da pobreza saíram dessa condição de miserabilidade. A definição de linha da pobreza não é única, mas nesse caso foi adotada a definição da Fundação Getúlio Vargas (FGV), que leva em consideração o salário mínimo, os padrões de vida diferenciados entre os estados e é condicionada pelas necessidades nutricionais dos indivíduos. Na prática, a FGV utiliza como régua para medir a pobreza um critério baseado no valor de uma cesta de alimentos e serviços básicos, levando assim em conta as diferenças regionais e o custo de vida local, além de outros fatores sociais.

O resultado anterior mostra uma alta eficiência líquida do programa em retirar as pessoas da condição de pobreza na qual se encontravam inicialmente.



Levando em consideração os fatos recentes acerca do CrediAmigo, podemos citar que em 2009, ocorreu uma expansão das fronteiras das operações de crédito para o estado do Rio de Janeiro, através da assinatura do termo de parceria com a OSCIP VivaCred, que tem como principal objetivo a concessão de crédito aos micro e pequenos empreendedores, especialmente nas comunidades de baixa renda e seu entorno.

Ao final de 2011, o Programa, após o lançamento do Crescer, passou a contar com 380 unidades e atender 1.878 municípios, como mostrado na figura abaixo:



**Figura 7 - Regiões de Atuação do CrediAmigo**

**Fonte: Relatório Anual Crediamigo 2011**

Segundo dados apurados pelo programa, em 2011 o programa CrediAmigo já havia emprestado R\$ 12,2 bilhões até aquele ano, tendo realizado mais de nove milhões de empréstimos, beneficiando cerca de 1,8 milhão de empreendedores. Esses dados fazem do CrediAmigo o maior programa de microcrédito da América do Sul. A carteira de clientes do programa, no mesmo ano, era de 912 mil clientes, com valor de R\$ 857,4 milhões, sendo uma média de R\$ 940,12 por operação.

Segundo o relatório de 2011, 55% dos empréstimos eram entre R\$ 100,00 e R\$ 1.000,00, representando 26% do valor total dos empréstimos. Do restante, 34% eram

empréstimos entre R\$ 1.000,00 e R\$ 3.000,00, representando 38% do valor. O restante eram empréstimos entre R\$ 3.000,00 e 15.000,00, representando 11% da quantidade de empréstimos e 36% do valor total emprestado. No total, foram 2.246.905 empréstimos desembolsados, totalizando R\$ 2.975.860.521,10 em valor.

Do total de empréstimos desembolsados em 2011, 81% são destinados a capital de giro, baseados na metodologia de aval solidário, compondo a maioria dos empréstimos concedidos.

Ainda de acordo com o Relatório Anual Crediamigo 2011, há diversos indicadores indicando o aumento da abrangência do programa no território brasileiro ao longo do tempo, como mostrado na tabela abaixo:

<b>Indicadores de Alcance</b>								
<b>Ano</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
<b>Carteira Ativa (R\$ Milhões)</b>	106,7	136,3	170,6	234,7	362,2	501,7	742,6	1.144,88
<b>Clientes Ativos</b>	162.868	195.378	235.729	299.975	400.413	528.792	737.826	1.046.062
<b>Clientes Novos Atendidos</b>	81.564	90.197	107.216	142.593	194.700	294.626	335.330	483.131
<b>Clientes Atendidos (Acumulado)</b>	425.898	516.095	623.787	766.582	961.563	1.211.722	1.547.587	2.034.525
<b>Empréstimos Desembolsados (Quantidade)</b>	507.807	595.742	690.415	824.782	1.009.236	1.259.594	1.632.482	2.246.905
<b>Empréstimos Desembolsados (R\$ Milhões)</b>	440,9	548,2	639,6	794,3	1.087,5	1.499,2	2.066,3	2.975,86
<b>Valor Médio dos Empréstimos (R\$)</b>	868,28	920,26	926,41	962,99	1.077,59	1.190,23	1.265,75	1.324,43

**Tabela 1 - Indicadores de Alcance do CrediAmigo**

**Fonte: Relatório Anual Crediamigo 2011**

Segundo a tabela, o número de clientes ativos aumentou ao longo dos anos, bem como a quantidade de empréstimos desembolsados, o valor médio dos empréstimos e o número de clientes novos atendidos, evidenciando assim o aumento da abrangência do Programa CrediAmigo.

### 3.1.7 CREDIAMIGO E INADIMPLÊNCIA

Alguns micronegócios estão sujeitos a riscos adversos, como por exemplo eventos climáticos destruindo plantações. Diante de choques adversos para os devedores, a maioria dos defensores do microcrédito advoga que as dívidas sejam alongadas e as prestações reduzidas, mas nunca perdoadas.

O CrediAmigo define inadimplência a partir dos valores em atraso de um a noventa dias em relação à Carteira Ativa do mês na posição de 31 de Dezembro de cada ano de apuração.

De acordo com NERI (2008), a taxa de inadimplência do programa CrediAmigo em 2004 foi de 0,84%. Em 2011, a taxa de inadimplência continuou inferior a 1%, segundo apuração feita pelo próprio programa, em torno de 0,81%. Essa taxa pode ser explicada pelo alto grau de comprometimento coletivo com que os tomadores de crédito estão envolvidos.

Porém, o Programa CrediAmigo apresentou taxas de inadimplência superiores a 1%, nos anos de 2008 e 2009, mas inferiores a 1,2%, comprovando assim os baixos índices de inadimplência do programa de um modo geral. Na tabela abaixo, podemos verificar a evolução das taxas de inadimplência do programa.

Ano	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Índices de Inadimplência	0,84%	0,84%	0,73%	0,81%	1,13%	1,16%	0,72%	0,81%

**Tabela 2 - Índices de Inadimplência - CrediAmigo**

**Fonte: Adaptado do Relatório Anual Crediamigo 2011**

O custo de se tornar inadimplente envolve não só o risco de ir para o SPC, mas também o de não ter o seu crédito renovado, ou então obtê-los em condições menos favoráveis.

Um fato relevante que cabe ser destacado é o fato de a proporção de indivíduos inadimplentes ser muito maior nos níveis mais elevados de educação do que na

população analfabeta ou de menor instrução. Entre os indivíduos que nunca estudaram, essa proporção era de 4,3%, enquanto para os indivíduos com doze ou mais anos de estudo, esse número chegava a 14,1%. Esse é um fato que corrobora a ideia de que a parcela mais pobre da população é composta por bons pagadores, se fizermos a inferência de que quanto menor a renda, menor tende a ser o nível de escolaridade do indivíduo. Esse fato pode ser explicado porque, talvez para o pobre, umas das poucas e mais valiosas coisas de que dispõe sejam seu nome e sua reputação e, por isso, o custo de não honrar sua dívida seja maior do que para alguém com rendas superiores.

### **3.2 BANCO PALMAS**

O Banco Palmas pode ser definido como um projeto de desenvolvimento local, que foi implementado pela Associação dos Moradores do Conjunto Palmeira (ASMOCONP), que sempre primou pela sua autonomia em relação aos partidos e aos governos. Esse conjunto era uma grande favela localizada ao sul da cidade de Fortaleza-Ceará.

Essa iniciativa foi iniciada através da organização dos moradores em busca da urbanização do local, que se deu ao longo dos anos 1990. Porém, apesar da urbanização do local, a pobreza da população ainda estava presente no Conjunto Palmeira. Desse modo, a associação criou em 1998 um banco popular tendo por base uma nova lógica econômica, baseada nos valores da cooperação e da solidariedade, a qual é denominada de Socioeconomia Solidária, objeto de pesquisa por diversas vertentes da microeconomia.

De uma forma resumida, a experiência do Banco Palmas é popular e solidária, popular por estar vinculado aos segmentos sociais historicamente excluídos no Brasil e solidária porque exerce relações sociais baseadas no humanismo coletivo e nos vínculos de confiança entre os moradores.

### **3.2.1 HISTÓRICO E INÍCIO DO BANCO PALMAS**

Primeiramente, para entender o surgimento do programa, é necessário conhecer um pouco da história do Conjunto Palmeira, devido ao fato de estarem intimamente relacionadas.

Um passo inicial em direção à urbanização pode ser definido como o processo de remoção para o loteamento realizado pela Prefeitura Municipal de Fortaleza, por intermédio da Fundação do Serviço Social (FSSF), em que famílias residentes de áreas de risco, principalmente por causa de enchentes, foram removidas para locais mais seguros. Ao todo, 1,5 mil famílias foram impactadas por essa iniciativa. Porém, a localidade ainda era desprovida de luz, água, esgoto e pavimentação urbana.

Em 1977, houve o surgimento da Emergência Comunitária do Conjunto Palmeira, destinada ao transporte de doentes, e haviam cerca de 600 sócios, que suportavam a iniciativa. No ano seguinte, pode ser citada a chegada de um médico, um núcleo de mulheres e uma creche, para dar suporte às crianças locais e, principalmente, houve a construção da Escola de Primeiro Grau Audaci Barbosa, o Centro Social Urbano (CSU) e o Posto de Saúde Pedro Sampaio.

A partir dessas iniciativas, o conjunto cresce de forma acelerada e aumenta-se a mobilização popular por serviços diversos, principalmente serviços de primeira necessidade.

No ano de 1990, o conjunto já possuía 26 organizações populares e esse contexto atraiu a entrada da Sociedade Alemã de Apoio Técnico (GTZ), através de um convênio entre o governo do Estado, a Prefeitura de Fortaleza e o governo alemão, que selecionou o Conjunto Palmeira como uma das áreas de implantação do Projeto PRORENDIA. No ano seguinte, as lideranças locais organizaram o seminário “Habitando o Inabitável”, do qual foram definidos dois pontos fundamentais. O primeiro foi a criação da União das Associações e Grupos Organizados do Conjunto Palmeira (UAGOCONP) e o segundo foi a definição de um plano estratégico cujo objetivo era urbanizar o bairro em um prazo de dez anos.

Em 1992, a partir do apoio do PRORENDIA, começou-se a elaborar um Plano de Desenvolvimento Comunitário Integrado (PDCI), criado pela comunidade e com o

objetivo de diagnosticar os problemas existentes no bairro e apontar diretrizes para ações futuras. Esse plano, além de almejar ao desenvolvimento da área, buscava também inserir os moradores como atores do desenvolvimento, e não apenas observadores.

A maior parte dos recursos do PRORENDA foram destinados à construção do Canal de Drenagem, que seria a solução dos problemas de enchente da comunidade.

Depois de um tempo, em 1995, deu-se início ao PROSANEAR, que era um projeto de esgotamento sanitário, executado pelo governo do estado, sempre com participação da comunidade do Conjunto Palmeira.

No ano de 1997, aconteceu o seminário “II Habitando o Inabitável” para avaliar os resultados do primeiro, e foi concluído que o bairro estava semi-urbanizado, com o alcance de algumas metas de serviços básicos, melhorando assim a condição de vida dos moradores, como exemplo: redes de energia, água potável, drenagem, pavimentação e esgotamento sanitário.

Porém, uma situação ainda era alarmante: a pobreza econômica dos moradores, que já era uma questão no início dos movimentos de urbanização, não só se manteve como também aumentou. Nesse seminário, ficou claro que a comunidade estava desperdiçando oportunidades de gerar trabalho e renda na comunidade de forma sustentável. Desse modo, o seminário optou pela criação de um Projeto de Geração de Renda e Trabalho para o bairro, como uma forma de desenvolvimento sustentável. Esse projeto, inaugurado em 1998, recebeu o nome de Banco Palmas.

Um fato que representava um desafio no período de implementação do projeto é que os poucos produtores já existentes no Palmeira não conseguiam comercializar seus produtos, pois a maioria das famílias fazia suas compras fora do bairro, ou por encontrarem preços mais baixos ou pela maior facilidade de compra, como por exemplo poder financiar algumas compras em parcelas. Esse cenário precisava ser mudado se quisesse ser fomentado o comércio local, porque a produção não se suportaria caso não houvesse o aumento do consumo.

O desafio estabelecido era como criar um projeto que organizasse e sensibilizasse os consumidores para comprar localmente, sem esquecer de investir na produção. Um dado obtido a partir do mapeamento da produção e consumo do Conjunto Palmeira foi que

mensalmente é gasto pelas famílias do bairro cerca de 1,5 milhão, sendo que desse total, pouco mais de um milhão é gasto com alimentação. Como o conjunto não produzia alimentos, esse recurso era obrigatoriamente consumido fora da rede do Banco Palmas, fazendo com que o dinheiro não fosse retido na comunidade e, conseqüentemente, não fosse reinvestido.

Feito o planejamento, o projeto esbarrou em uma questão fundamental, que era a dificuldade de conseguir o aporte financeiro inicial para iniciá-lo. O primeiro passo foi um aporte concedido pela ONG CEARAH Periferia no valor de R\$ 2.000,00, que possuía um Fundo de Apoio a Projetos de Autogestão, direcionado a iniciativas de associações comunitárias. Do total emprestado, R\$ 500,00 foi disponibilizado através de vinte cartões de crédito (Palmacard) para estimular o consumo local e os R\$ 1.500,00 restantes foram disponibilizados para cinco produtores e comerciantes locais. O empréstimo deveria ser pago em um ano com juros de 1% ao ano, porém foi pago em um prazo inferior ao máximo, em oito meses.

No quarto mês de funcionamento, o Banco Palmas firmou parceria com organizações da cooperação internacional para conseguir novos empréstimos, garantindo assim as atividades do banco. Ao final do primeiro ano de existência, o banco possuía R\$ 15.000,00 em carteira e 120 cartões de crédito entregues a moradores do Conjunto Palmeira.

Como o banco funcionava segundo outros valores e princípios que não os da economia tradicional, ele acabava se enquadrando na categoria de informalidade. Essa alternativa restringia, na época de sua criação, o acesso do Banco Palmas a outras fontes de financiamento, a captação de recursos públicos e de poupança, devido ao fato de que poucos financiadores aceitavam e entendiam a forma como a operação era efetuada.

Para garantir visibilidade aos produtos locais, buscando assim aumentar o comércio interno, o banco estimulou a criação de uma Feira dos Produtores Locais, com periodicidade semanal, em que só seriam comercializados os produtos fabricados no bairro. Em seguida, para garantir a exposição e o comércio diário, foi criada a Loja Solidária, para estimular ainda mais a comercialização de produtos locais.

A moeda que seria usada nesse comércio interno seria uma moeda nova, uma moeda social local, criada pela própria comunidade. O objetivo principal dessa moeda era fortalecer a identidade da comunidade e alavancar a economia local.

Uma outra estratégia de comercialização perseguida pelo conjunto foi a de compras coletivas. O objetivo por trás dessa iniciativa era de reduzir os custos do produto ao se comprar diretamente dos empreendimentos da Economia Solidária, em um volume maior se comparado ao volume comprado individualmente.

Um enfoque interessante do projeto é que sempre se buscou uma aproximação permanente com as universidades públicas locais, como por exemplo a aproximação com a Universidade Federal do Ceará, que atua na formação de profissionais e estudantes, além de ações para a própria comunidade.

No ano de 2003, a Associação de Moradores do Conjunto Palmeira (ASMOCONP) criou o Instituto Palmas, que é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP). A função do Instituto é difundir a tecnologia do Banco Palmas, auxiliando a criar outros bancos comunitários no Brasil e em outros países, integrando-os em rede. Essa instituição funciona como um “guarda-chuva” legal para os bancos comunitários afiliados, oferecendo crédito e serviços de correspondente bancário com bancos do mercado tradicional, o Banco do Brasil. Dentre os serviços oferecidos como correspondente bancário, geralmente estão incluídos: abertura de contas correntes nos bancos tradicionais para clientes dos bancos comunitários, possibilidade de pagamentos de contas diversas no banco comunitário, abertura e depósito em poupanças dos bancos tradicionais efetuadas nos próprios bancos comunitários, dentre outros.

O Instituto Palmas tem uma relação direta com o Banco Popular do Brasil (BPB). O BPB, que hoje é integrado ao Banco do Brasil, disponibiliza uma carteira de crédito para o Instituto Palmas, que foi de 1,5 milhão em 2009, a juros de 1% ao mês, através do Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO). Essa carteira de crédito faz com que o Instituto Palmas garanta *funding* para o Banco Palmas e vários outros bancos comunitários do território brasileiro. Além disso, o Instituto Palmas se tornou gestor de rede do BPB, possibilitando a instalação de pontos de atendimento do BPB em cada banco comunitário criado. De um modo geral, com o Instituto, é possível atender um maior número de pessoas com serviços financeiros diversos e expandir a rede de bancos comunitários pelo Brasil.



A relação do Banco Palmas com o Banco Popular do Brasil (BPB) traz algumas dificuldades, principalmente pelo fato de o BPB ser um banco oficial e, portanto, segue as regras do sistema bancário tradicional. As principais divergências estão relacionadas com a definição de alguns conceitos, como por exemplo: garantias para concessão de empréstimos, inadimplência, risco, dentre outras.

Além dos recursos oriundos do BPB, o Instituto Palmas tem outras duas fontes, a saber: o Governo do Estado do Ceará, através do fundo Fundo Estadual de Combate à Pobreza (FECOP) e a Sitawi, que é uma Organização Não Governamental (ONG). Os recursos do FECOP são originários da arrecadação do Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços. A Sitawi é um Fundo Social que amplia o impacto de organizações e empresas comprometidas com causas sociais e ambientais, sendo o seu fundo constituído por doações, tanto de pessoas físicas quanto jurídicas.

### **3.2.2 DESCRIÇÃO DO BANCO PALMAS**

O projeto do Banco Palmas pode ser descrito como um sistema integrado para organização e articulação dos moradores do Conjunto Palmeira para produzirem e consumirem no próprio bairro, através de uma forma de articulação em rede.

O banco, em sua concepção inicial, representava um programa de desenvolvimento local que buscava ir além da concessão do microcrédito. O banco almeja à capacitação dos moradores e ao empoderamento por parte deles. O banco busca, de uma forma mais ampla, integrar em um mesmo cenário instrumentos de crédito, produção, comercialização e consumo, na perspectiva de montar localmente as cadeias produtivas, captando assim as oportunidades de geração de trabalho e renda para a própria comunidade.

O processo de construção da rede teve início a partir do mapeamento da produção e do consumo do bairro, incluindo os insumos utilizados na produção. São identificados os locais onde os produtores e consumidores estão realizando suas compras, bem como a localização das indústrias, comércios e serviços existentes no bairro, a qual é identificada de forma censitária. O mapeamento do consumo foi feito por amostragem em torno de 10% do universo de pesquisa. Esse mapeamento teve como objetivo

principal orientar a linha de crédito do banco para priorizar o financiamento de bens e serviços que atendam principalmente à demanda local e evitar a competição entre os integrantes da rede, que poderia ser causada pela oferta excessiva de um determinado produto e, como uma consequência do mapeamento integrado, reduzir os custos da produção a partir de compras conjuntas de insumos e equipamentos.

Uma dificuldade que o programa enfrentou no tocante ao mapeamento foi o medo da maioria dos produtores e comerciantes da comunidade em fornecer informações sobre seus respectivos negócios. Isso se justifica pelo fato de muitos dos empreendimentos estarem em situação de informalidade e irregularidade frente ao fisco, gerando um receio de que as informações concedidas fossem usadas de forma a prejudicá-los. Essa situação foi gradativamente contornada a medida que a consciência a respeito da atuação do banco foi se criando na população local.

Em seguida, o microcrédito tem por objetivo estimular a produção local para satisfazer a demanda de consumo que havia na comunidade. Paralelamente, alguns instrumentos foram lançados, como o cartão de crédito, as feiras e as lojas destinadas à venda da produção local, com o objetivo de incentivar os consumidores do bairro a comprarem dos produtores locais.

Um ponto interessante é que todos os grupos produtivos investem seus excedentes na própria rede. Isso faz com que haja o crescimento dessa rede, gerando mais postos de trabalho na comunidade.

Um grande empecilho no início do programa foi a desconfiança da população na capacidade dos próprios moradores para implementarem soluções econômicas alternativas de uma forma adequada e viável economicamente. Essa situação foi contornada aos poucos à medida que o projeto avançava e reunia um maior número de colaboradores e adeptos, tanto diretamente como indiretamente, prestando suporte às atividades do banco.

O projeto do banco foi concebido para ser uma rede de colaboração solidária. Segundo um colaborador da Rede Brasileira de Socioeconomia Solidária, Euclides André Mance, uma rede de colaboração solidária funciona integrando grupos de consumidores, de produtores e de prestadores de serviço em uma mesma organização. Todos se propõem a praticar o consumo solidário, que seria comprar os produtos e

serviços da própria rede, de forma a garantir trabalho e renda aos seus membros, sendo os excedentes reinvestidos na própria rede.

No ano de 2009, o Banco Palmas era composto por uma equipe de seis pessoas. O Instituto Palmas, no mesmo ano, contava com um total de vinte e quatro trabalhadores, todos preferencialmente da própria comunidade.

### 3.2.3 A MOEDA SOCIAL PALMA

A moeda utilizada no Conjunto Palmeira foi criada pela própria comunidade, e recebeu inicialmente o nome de Palmares. Com o passar do tempo, se tornou a moeda Palmas (P\$).

Segundo o *site* do Banco Palmas, a moeda social local circulante é uma moeda complementar ao Real (R\$), criada pelo Banco Comunitário de Palmas. A moeda local tem por objetivo fazer com o dinheiro circule na própria comunidade, ampliando o poder de comercialização local, aumentando assim a riqueza circulante e gerando trabalho e renda.

Segue abaixo um exemplo da moeda social Palma:



**Figura 8 – Moeda Social Palma**

**Fonte: [www.bancopalmas.org.br](http://www.bancopalmas.org.br), acessado em 04/08/2012**

A moeda social Palma tem características próprias, e seguem a mesma linha da maioria das moedas sociais em circulação no território brasileiro.

O Palma tem lastro na moeda nacional, o Real (R\$), ou seja, para cada moeda social emitida, há um correspondente em Real no banco comunitário. As moedas são produzidas com componentes de segurança para evitar falsificação e a circulação é livre no comércio local. A produção do Palma, bem como de todas as moedas sociais dos bancos ligados à rede do Instituto Palmas, é feita em uma gráfica de segurança, situada em Fortaleza. Há também a prática de descontos nos comércios, para aquelas pessoas que utilizam o Palma para realizar suas compras, mas isso não é uma regra, é uma deliberalidade de cada comerciante. Segundo NETO (2010), os descontos geralmente variam entre 5% e 10% para quem compra com a moeda local.

Há diversas formas de acesso à moeda social Palma, podendo ser acessada por moradores ou produtores locais. As formas de acesso à moeda são as seguintes: fazendo empréstimos em moeda social no Banco Comunitário; optar por receber o pagamento por serviços prestados em Palma; e trocando reais por moeda social, diretamente na sede do Banco.

O câmbio reverso, ou seja, trocar Real por Palma, é possível apenas para produtores e comerciantes cadastrados no Banco Comunitário, com o objetivo de manter a moeda social em circulação dentro da própria comunidade. Nesse caso, o comerciante que deseja realizar o câmbio reverso é isento de qualquer tipo de taxa sobre o valor trocado.

### **3.2.4 APOIO PÚBLICO**

O projeto do Banco Palmas manteve, desde seus primórdios, a consciência de que para aumentar as atividades do banco e a área de abrangência, seria necessário o apoio de políticas públicas. Cabe ressaltar que não se trata de realizar as atividades que o banco realiza, mas sim garantir a infra-estrutura para que as atividades ocorram de forma adequada.

Como exemplo dessa atuação pública, podemos citar os recursos públicos para atendimento das demandas de microcréditos para os mais pobres, a infra-estrutura para as feiras dos produtores locais, alguns profissionais especializados para

acompanhamento ao trabalho, suporte tecnológico para os empreendimentos produtivos, entre outros.

A ideia por trás dessa estratégia era aumentar gradativamente a participação do poder público no projeto, sem contudo fazer com que o projeto perca a sua autonomia, como idealizada inicialmente. Como exemplo dos convênios estabelecidos, o projeto tem um convênio com o Governo do Estado, que dá suporte ao balcão de empregos do banco, através de uma parceria firmada com a Secretaria do Trabalho e Ação Social, desde 1999.

### **3.2.5 PRÉ-REQUISITOS PARA CONCESSÃO DE CRÉDITO**

O microcrédito faz parte de um sistema integrado, com atuação nos quatro pontos da cadeia produtiva, que seriam: a produção sustentável, o consumo ético, o capital solidário e o comércio justo. Uma linha de crédito do Banco Palmas financia a produção, seja para criação ou para ampliação de um negócio já existente, e outra o consumo, desde que ele seja de produtores e comerciantes do bairro.

O crédito no Banco Palmas, no geral, não possui muita burocracia, assim como citado no caso do Banco Nordeste. A aprovação do crédito se dá sem consultas cadastrais, comprovação de renda e exigência de fiador.

As linhas de crédito do banco podem ser acessadas a partir de três critérios, que devem ser conjuntamente cumpridos, a saber: o indivíduo deve ser morador do Conjunto Palmeira e sócio da Associação dos Moradores, sendo que a associação pode ser feita a qualquer momento; ser uma pessoa reconhecidamente responsável, a ser julgada pelos vizinhos e pela assembléia de sócios; e assinar um contrato social com o banco, que estabelece as normas de convivência interna e um compromisso de comprar e vender no próprio bairro, sempre que possível.

Além disso, o cliente precisa ter mais de 18 anos para ter acesso às linhas de crédito do Banco Palmas.

### **3.2.6 PRODUTOS E SERVIÇOS OFERECIDOS**

Frente ao cenário em que se encontrava o Conjunto Palmeira, no ano de 1997, foi determinada a criação de um projeto de geração de trabalho e renda que estimularia a produção local através de uma linha de financiamento, no formato de microcréditos, e outra linha que estimularia o consumo local, através de um cartão de crédito próprio que seria aceito localmente, o Palmacard. A ideia desse projeto era criar uma rede solidária entre produtores e consumidores, criando um círculo virtuoso de produção, consumo e geração de trabalho e renda. Surge também o termo prosumidores para definir esse novo padrão, em que todos os integrantes deveriam ser ao mesmo tempo produtores e consumidores.

Os produtos e serviços oferecidos pelo banco incluem desde crédito para produção, crédito para consumo, através do cartão de crédito local, como também barraca para comercializar os produtos na feira local, participação no clube de trocas, dentre outros.

O Banco Palmas adota uma política de créditos evolutivos com juros evolutivos, para facilitar a distribuição de renda no bairro, fazendo com que haja maiores condições de igualdade no acesso ao crédito.

Nessa linha, o primeiro crédito concedido pode chegar até R\$ 300,00 e tem juros mensais de 2%. O segundo crédito, até R\$ 500,00 e juros de 2,5% ao mês. Já do terceiro em diante, pode chegar até R\$ 1.000,00 e tem juros mensais de 3%.

Abaixo há uma lista dos produtos oferecidos pelo banco, bem como uma descrição do funcionamento de cada item:

- Microcrédito para produção, comércio ou serviço: tem como público-alvo aqueles que não podem acessar as fontes de financiamento tradicionais, por diversas burocracias, como exigência de fiador, nível de renda mínimo, posse de patrimônio etc.. O limite de crédito é R\$1.000,00;
- PalmaCard: são, basicamente, microcréditos para o consumo, no formato de cartão de crédito. A abrangência do cartão é apenas o bairro do Conjunto Palmeiras. Cada cartão tem um valor inicial de R\$ 20,00, podendo chegar, de forma progressiva, ao valor de R\$ 100,00,

possibilitado pela pontualidade no pagamento. Para comprar acima de R\$ 100,00, a pessoa recebe uma autorização e pode parcelar a compra em até três vezes. Esse produto não cobra nenhuma taxa aos usuários. Esse produto surgiu posterior ao crédito destinado à produção, pela necessidade de incrementar o consumo e fazer girar a circulação do dinheiro na comunidade. A liberação deste produto depende dos recursos disponíveis, uma vez que o banco garante sempre 30% de reservas bancárias referente ao valor de cartões em circulação, com o objetivo de garantir o pagamento dos comerciantes, mesmo em caso de inadimplência;

- Microcrédito para Mulheres: linha de crédito específica para mulheres em situação de risco pessoal e social, após atendimento realizado pelo banco através da Incubadora Feminina;
- PalmaCasa: linha de crédito para pequenas reformas de moradias. As famílias devem fazer um orçamento em um depósito de construção do bairro e requisitam a autorização do banco para receberem o material. O dono do depósito recebe o dinheiro do banco e o beneficiado tem até 6 meses para pagar sua dívida, com juros de 1,5% ao mês;
- Agricultura Urbana: linha de crédito para projetos de agricultura urbana, desenvolvidos nos quintais das casas dos moradores, podendo ser cultivados desde legumes e hortaliças até plantas medicinais, e também pode ser utilizado para a criação de galinha caipira.

O prazo para pagamento dos empréstimos é, em geral, de seis meses, podendo ser inferior, dependendo do montante emprestado.

Uma grande dificuldade enfrentada pelo banco é com relação ao limite da carteira de crédito, que não pode atender à demanda existente, que é superior.

Com relação ao PalmaCard, no dia quinze de cada mês os comerciantes levam suas faturas até o Palmas e recebem do banco todo o valor referente às vendas realizadas no período, sendo descontada uma taxa de 3% do valor de todas as vendas realizadas para cobrir os custos operacionais, pois não é cobrada anuidade dos cartões.

Uma dificuldade encontrada com relação ao PalmaCard é o fato de o sistema de informações não ser informatizado, o que gera um grande número de faturas a serem conferidas mensalmente.

O Banco Palmas também atua como correspondente bancário do Banco do Brasil. De acordo com essa parceria, os clientes podem pagar contas de luz, água, boletos diversos etc. na agência do Banco Palmas.

### **3.2.7 METODOLOGIA DE EMPRÉSTIMO**

A metodologia de empréstimos do Banco Palmas era muito baseada na relação de vizinhança, chamada de colateral social, de acordo com NERI (2008). Segundo NETO (2003), em se tratando de acesso a crédito para os mais pobres, os vizinhos se constituem em um verdadeiro e legítimo SPC social. A ideia por trás disso seria basicamente analisar a situação do requisitante do empréstimo através de conversas com a vizinhança sobre o caráter, a experiência profissional, seu relacionamento com a família e a comunidade. Obviamente, essa relação não teria grande dificuldade nesse cenário devido ao tamanho do universo em questão, por ser uma comunidade com limites próximos e definidos.

Um ponto interessante é que o Banco Palmas, por ser um projeto de desenvolvimento local que tem como fundamento o empoderamento da comunidade, acredita que os gestores do banco deveriam ser pessoas da própria comunidade, o que implicaria em uma capacitação de uma equipe local que pudessem ter as competências técnicas necessárias para o funcionamento do banco.

O procedimento para o cliente ter acesso ao crédito, de uma forma mais detalhada, começa pelo preenchimento da ficha de solicitação pelo morador, especificando que tipo de serviço deseja, dentre os oferecidos, e seus dados pessoais. Em seguida, há o atendimento de um analista de crédito, na sede do banco, que entenderá melhor a intenção do potencial tomador e o seu perfil.

No mesmo dia, depois do pedido, o analista faz uma visita presencial à residência do solicitante, conversa com a vizinhança e faz uma análise da solicitação. No próximo dia,



acontece a reunião do Comitê de Aprovação de Crédito, formado pelo analista de crédito, o coordenador do banco e a Diretoria Executiva da Associação e, caso seja aprovada a requisição, o aporte financeiro é liberado imediatamente, se houver disponibilidade no banco. Caso contrário, o pedido entra em uma fila de espera, até que o banco obtenha recursos suficientes.

Como já citado rapidamente, o Banco Palmas não utiliza os instrumentos oficiais de consultas cadastrais como SPC e SERASA e não exige fiador. Como já descrito na metodologia de concessão de crédito, são os vizinhos quem dão a garantia sobre a credibilidade do requisitante. O papel do analista de crédito é examinar, além das características pessoais do requisitante, a viabilidade financeira do empreendimento, as possibilidades de comercialização dentro de uma estratégia de rede e se há experiência profissional da pessoa para aquela atividade específica. O comitê já analisa a solicitação sob uma visão econômica e comunitária.

Abaixo, há uma figura esquemática do processo de solicitação de crédito até a liberação dos recursos financeiros, caso aprovada a solicitação:

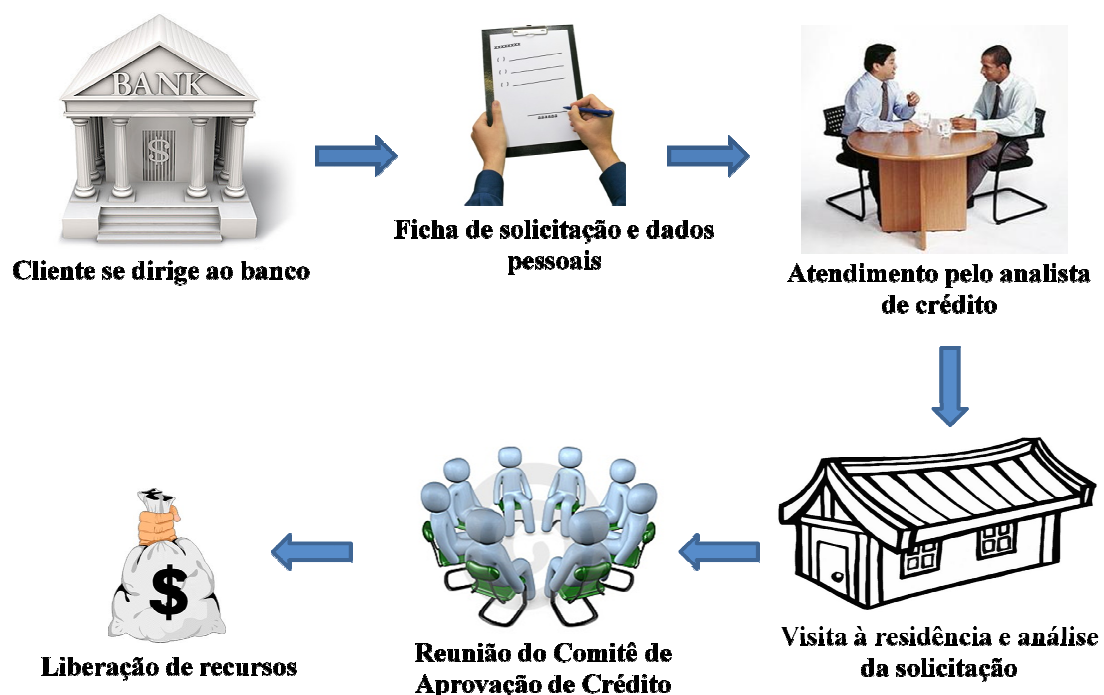


Figura 9 - Processo da Solicitação à Concessão de Crédito

Fonte: Elaboração Própria

Uma observação a ser feita sobre o processo é com relação à renovação do crédito. A partir do terceiro empréstimo, a solicitação é encaminhada diretamente para o Comitê de Aprovação de Crédito, com prazo máximo para liberação da verba de até 48 horas, caso não haja nenhum problema de disponibilidade de recursos por parte do banco.

Uma curiosidade de todo o processo é que não existe boleto bancário para o pagamento das parcelas do empréstimo. A maioria dos clientes do Banco Palmas abre uma conta corrente no Banco Popular do Brasil, sem nenhum custo de abertura e manutenção, e os pagamentos são feitos através desta conta corrente. Essa dinâmica reduz os custos e aumenta a governança sobre o sistema de crédito adotado.

### **3.2.8 PERFIL ECONÔMICO DOS CLIENTES**

O contexto geral do projeto, em sua fase de implantação, era bastante desafiador para sua implementação. Os moradores do bairro tinham grandes dificuldades para iniciar um empreendimento produtivo, ou por não possuírem experiência anterior, ou por terem seus nomes “sujos” no Serviço de Proteção ao Crédito (SPC), ou por não terem fiadores ou por não possuírem renda comprovada, dentre os principais motivos.

O perfil econômico dos clientes do Banco Palmas varia de acordo com o serviço oferecido. Um ponto comum é que, de todos os clientes, a grande maioria tem apenas o primeiro grau completo.

No caso da Incubadora Feminina, por exemplo, a maioria das mulheres têm o seguinte perfil: mães solteiras ou divorciadas de seus companheiros, faixa etária entre 18 e 65 anos, sem residência fixa ou moram de aluguel, têm primeiro grau completo ou são analfabetas.

Segundo estudo da Universidade Católica de Brasília, de 2008, a renda dos clientes do Banco Palmas tinham a seguinte distribuição, de acordo com a amostra analisada: 42,0% tinham renda de até um salário mínimo, 45,0%, entre um e dois salários, 9,0% entre dois e quatro e o restante com salários superiores. Em comparação com os não clientes, essa proporção é de 60,0%, 27,5% e 9,2%, respectivamente. Podemos concluir,

portanto, que em comparação com os não clientes, os clientes do Banco Palmas possuem uma renda superior.

### **3.2.9 DESEMPENHO DOS CLIENTES E RESULTADOS ALCANÇADOS**

Um resultado alcançado, pelo projeto como um todo e não apenas relacionado ao microcrédito, é o de criação de grupos setoriais, que consiste em unir pessoas que trabalhavam em um mesmo ramo para produzirem coletivamente, agregando aos produtos qualidade, escala e redução dos preços. O resultado foi positivo, chegando ao final de dois anos com três grupos setoriais, nos ramos da confecção, artesanato e material de limpeza.

Podemos citar também como resultado a criação do Laboratório de Agricultura Urbana, com o objetivo de estimular a produção de alimentos e de aves, através da PALMARICÓ, e também representava uma estratégia de Segurança Alimentar.

Outra criação importante foi a Escola Comunitária de Socioeconomia Solidária, a PALMATECH, com o objetivo de criar um pensamento de solidariedade e cooperação na comunidade local e na sociedade como um todo. A Escola, gerida pela equipe do Banco Palmas, está situada em um espaço localizado na sede da Associação de Moradores e oferece oficinas e cursos variados na área de capacitação profissional, gestão de empresas solidárias, criação de redes e instrumentos de Economia Solidária de um modo geral, dando ênfase à cultura da cooperação. Um papel importante é que a Escola é encarregada pela gestão do conhecimento do Banco Palmas, ou seja, é ela quem mantém o histórico do que foi aprendido com os projetos implementados, com o objetivo de formar um conhecimento sobre Economia Solidária de modo sistematizado.

O foco da PALMATECH não é só capacitar produtores e consumidores da rede de Economia Solidária, mas também técnicos do poder público e ONGs para as diversas práticas relacionadas com o tema, objetivando desenvolver pedagogias de sensibilização para a cultura da solidariedade e cooperação local.

Uma grande dificuldade da escola é que ela não possui orçamento próprio, não podendo assim disponibilizar uma programação fixa anual, não possuindo nem um

quadro permanente de professores e educadores, que são geralmente do próprio bairro, mas também conta com a participação de instrutores de entidades parceiras. A oferta de treinamentos e capacitações depende da captação de recursos, que são oriundos principalmente do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT). Uma outra dificuldade encontrada é o espaço físico reduzido da escola, o que dificulta a realização dos cursos.

De modo a valorizar o histórico do conjunto e o tema de Economia Solidária, todos os cursos e oficinas têm, obrigatoriamente, um módulo básico sobre a história do bairro e outro sobre noções de socioeconomia. Toda a escola tem o apoio de um Centro de Documentação, que conta com um acervo de publicações locais e nacionais, vídeos e outros tipos de material com a mesma temática. Há também algumas monografias e teses de mestrado sobre o tema.

Abaixo, podemos listar alguns cursos oferecidos pela PALMATECH:

- Formação de Empreendedores Solidários: com o objetivo de capacitar para animar projetos de desenvolvimento local;
- Consultores Comunitários para Empreendimentos Solidários: com o objetivo de capacitar jovens da comunidade para prestar consultoria aos empreendedores do bairro. O curso tem a duração de 600 horas, com aulas teóricas e práticas, e em sua ementa estão temas da economia e das finanças solidárias;
- Elaboração de Pequenos Projetos: com o objetivo de capacitar entidades comunitárias para elaboração de projetos sociais, dentre outros.

Uma grande conquista do programa, como já citado anteriormente, foram os empreendimentos produtivos do Sistema Palmas, como são chamados, que são pequenas unidades produtivas, formais e informais, financiadas pelo banco e direcionadas para o atendimento de demandas locais. Eles funcionam dentro do espaço físico da Associação de Moradores do Conjunto Palmeira (ASMOCONP), sendo os custos operacionais, como água e luz, compartilhados de forma justa com os próprios custos do banco. Os empreendimentos são independentes e interligados ao mesmo tempo, por fazerem parte de uma grande cadeia, sendo acompanhados diretamente pelo banco. Todos os empreendimentos utilizam a logomarca do banco, mostrada abaixo, como forma de garantir a identidade do programa.



**Figura 10 - Logomarca do Banco Palmas**

**Fonte: <http://www.bancopalmas.org.br>, acessado em 21/05/2012**

Como exemplo das unidades produtivas em funcionamento no ano de 2003, podemos citar a PALMAFASHION, grupo de confecção de moda, a PALMART, grupo produtivo de artesanato e a PALMALIMPE, que é uma microempresa devidamente legalizada que produz materiais de limpeza em geral. Todas elas esbarram em dificuldades de comercialização para fora do bairro e também em relação à baixa escala de produção, o que dificulta a prática de preços mais competitivos em relação ao mercado.

O clube de trocas do Conjunto Palmeiras é outro resultado bem interessante que surgiu com o avanço do Banco Palmas. Nesse clube, existe uma articulação entre produtores, prestadores de serviço e consumidores do bairro, ocorre com frequência semanal na sede da ASMOCONP e a reunião é destinada, como o próprio nome já sugere, à troca de seus bens e serviços, por meio da moeda social, o Palma. Nesse clube, os frequentadores vão em busca de satisfazer suas necessidades, tanto de alimentação quanto de vestuário, utilizando uma moeda local, conscientes de que aquele comércio ajuda a alavancar a economia do conjunto. Um ponto interessante é que o preço é decidido pelo grupo. Em outras palavras, o grupo considera a quantidade de Palmares que um determinado produto vale, de acordo com o número de horas trabalhadas para elaboração, bem como os insumos necessários para sua fabricação.

Um empecilho encontrado nesse clube de trocas é que muitos participantes vão em busca de gêneros alimentícios, mas eles não estão disponíveis na quantidade demandada, podendo ocasionar baixa adesão ao clube.

Como já citado na introdução do Banco Palmas, a loja solidária é também um elemento conquistado de grande destaque. O seu objetivo maior, assim como algumas outras iniciativas do conjunto, é ser um espaço para comercialização coletiva dos produtos fabricados no próprio bairro. Seu espaço físico é uma parte da própria sede da ASMOCONP. O seu funcionamento já é um pouco diferente dos outros elementos, porque o produtor não precisa estar encarregado da venda de seus próprios produtos. A dinâmica é basicamente a seguinte: o produtor deixa seus produtos na loja semanalmente e recebe pelo que foi vendido, tendo um 1% de desconto sobre o valor das vendas para manutenção da loja. A loja fica sob responsabilidade de uma pessoa da própria comunidade, que mensalmente recebe uma ajuda de custo pelo trabalho. Um grande empecilho encontrado é o fato de, como as produções são basicamente artesanais e sem grande escala, isso acaba elevando o preço unitário das mercadorias, tornando os preços pouco competitivos no Conjunto Palmeiras.

A feira dos produtores locais é mais um exemplo de espaço destinado à comercialização dos produtos locais, como já citado anteriormente. Ela ocorre também semanalmente e também tem como objetivo garantir a divulgação dos produtos que são fabricados dentro do próprio bairro. O seu funcionamento é de 16 às 22 horas, e se situa em frente à sede da Associação dos Moradores. A frequência das barracas da feira é garantida por contrato entre produtores e o banco, no qual todos os produtores tomadores de crédito junto ao banco se comprometem pela qualidade de seus produtos e pela participação semanal na feira. A disposição das barracas da feira é feita de acordo com o ramo de atividade que ela comercializa e a organização da feira (iluminação, limpeza etc.) é de responsabilidade da Associação dos Moradores.

Ao final da feira, é cobrada uma taxa de 2% sobre o valor das vendas, de modo a cobrir as despesas de operacionalização e manutenção do espaço. Quando os recursos são insuficientes para cobrir os custos de infra-estrutura, o banco o cobre com um crédito coletivo e, nas feiras seguintes, buscam retornar esses recursos para o banco em forma de pagamentos por parte dos feirantes. Uma grande dificuldade encontrada é o fato de as vendas serem sazonais, de acordo com a semana do mês. O período de maior volume de vendas é, normalmente, na primeira e na terceira semanas, que são os períodos nos quais as empresas do mercado formal pagam seus funcionários. Uma outra dificuldade encontrada é a falta de apoio do poder público para iluminação e

manutenção da feira, pressionando os custos que o Banco Palmas tem que arcar mensalmente.

O Laboratório de Agricultura Urbana também é uma grande conquista do Banco Palmas. Ele funciona na sede da Associação e são cultivadas plantas medicinais, hortaliças, frutas e cria-se galinha caipira, com o objetivo de possibilitar o aprendizado às famílias participantes, para que elas possam desenvolver as práticas aprendidas em suas próprias residências. Essa medida reforça as estratégias de segurança alimentar idealizadas pelo Banco Palmas, estimulando as famílias na produção de alimentos e comercialização do excedente da produção.

De uma forma resumida, o Banco Palmas tem uma linha de crédito pequena para Agricultura Urbana, de até R\$ 150,00 por morador, com dois meses de carência e prazo para pagamento de quinze meses. O solicitante deve escolher a prática agrícola que deseja (plantação ou criação de galinha caipira), recebe a visita de um técnico agrícola no local para análise da viabilidade do projeto, recebe treinamento específico para a prática escolhida e recebe o crédito, sem grandes burocracias. Porém, como há poucos técnicos especializados em um campo restrito de práticas agrícolas, a assistência técnica acaba se tornando insuficiente para novas tecnologias agrícolas.

Com relação às linhas de crédito, destaca-se uma linha específica, a PALMARICÓ, destinada à criação de galinha caipira.

Um foco interessante do Banco Palmas é, assim como o *Grameen Bank*, o foco nas mulheres. A ideia por trás disso é proporcionar a reinserção das mulheres social e economicamente, aumentando sua capacidade de trabalho e geração de renda, através da concessão de microcréditos. A Incubadora Feminina, como é chamada, é um espaço na sede da Associação que possui um espaço para realização de oficinas, cursos profissionalizantes, ateliê de produção e um Laboratório de Agricultura Urbana. Essa última medida tem como objetivo garantir segurança alimentar para mulheres em situação de risco e essas mulheres têm uma posição privilegiada no mercado de crédito, pois têm prioridade nos créditos concedidos para os empreendimentos domiciliares agrícolas, inseridos na política do Laboratório de Agricultura Urbana.

A dinâmica de funcionamento da Incubadora é a seguinte: vinte mulheres são selecionadas no início de cada ano, nos meses de Janeiro e Fevereiro, para participação.

Dentre os critérios de seleção, há a visita domiciliar, para avaliar as condições de habitação das candidatas. Nos meses restantes, as mulheres selecionadas ficam na Incubadora 4 horas por dia, na parte da manhã, e recebem capacitação profissional, além de atendimento médico, psicológico, dentre outros. Participam de atividades educacionais sobre economia solidária, cooperativismo, práticas de agricultura urbana etc..

Uma parte interessante da Incubadora é quando ela está chegando ao seu término. Ao longo do período de incubação, as mulheres fazem um plano de negócios, aprendem uma profissão e, ao final, recebem um crédito do Banco Palmas para estruturarem seus empreendimentos, sejam eles individuais ou coletivos. Dentre as dificuldades enfrentadas pela Incubadora, podemos destacar a capacidade limitada de capacitação profissional, o baixo nível de escolaridade das mulheres atendidas, dificultando a absorção de novos conceitos e tecnologias e ausência de parceiros da iniciativa privada, fazendo com que os recursos dedicados à Incubadora sejam limitados.

Um outro tópico que vale ser destacado é o sistema de compras coletivas implementado pelo Conjunto Palmeira. A concepção seria reunir várias famílias do bairro e de outras comunidades vizinhas para comprarem diretamente dos produtores, evitando atravessadores e alcançando descontos de até 20%, segundo fontes do Banco Palmas, devido à grande quantidade adquirida. A ideia é sempre priorizar a compra em empreendimentos solidários, porém existem poucos produtos da economia solidária disponíveis na quantidade demandada.

Segundo pesquisa realizada pelo Governo do Ceará, em 2009, por meio da Universidade Estadual, as atividades do Banco Palmas tiveram os seguintes impactos na comunidade em que ele atua: as vendas nos pontos comerciais aumentaram em cerca de 40%; trezentas novas ocupações diretas e seiscentas indiretas foram geradas a partir da implantação da política de créditos; 30 mil Palmas, a moeda social em circulação, estão sendo usados no bairro.

O Banco Palmas tem o objetivo de formar técnicos para multiplicar a metodologia adotada na sua implantação. Desse modo, há um projeto para a criação de um Centro Palmas de Referência, que será um espaço de capacitação e formação na metodologia de finanças solidárias, voltado para os bancos comunitários. O centro tem como objetivo



principal formar técnicos para atuarem em todo o território brasileiro e ficaria sob a gestão do Instituto Palmas.

Pensando no Banco Palmas em termos numéricos, segue abaixo alguns dados, extraídos de um questionário respondido pelos responsáveis do Banco em 2009, em que há a evolução histórica dos parâmetros analisados.

<b>Ação</b>	<b>Fonte</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
Carteira de Crédito em Reais	Banco Popular do Brasil (BPB)	50.000	120.000	250.000	530.000	700.000
Carteira de Crédito em Palmas	Banco Palmas	3.000	10.000	20.000	25.000	36.000
Nº de pessoas atendidas com crédito produtivo (em reais)	BPB e Instituto Palmas	70	97	170	310	490
Nº de pessoas atendidas com crédito para consumo (em palmas)	Banco Palmas	70	97	170	310	340
Nº de operações realizadas como correspondente bancário	BPB e Instituto Palmas	40.000	80.000	95.000	110.000	130.000
Nº de empreendimentos que aceitam a moeda palmas	Banco Palmas	90	99	130	180	240
Venda na loja solidária – anual (em reais)	Banco Palmas	Não se aplica	25.000	53.000	76.000	55.000

**Tabela 3 - Banco Palmas em Números**

**Fonte: Adaptado de Banco Popular do Brasil, Banco Palmas e Instituto Palmas**

A partir da análise da tabela, podemos notar que os números mostram uma evolução positiva do Banco Palmas. A carteira de crédito em Reais, seguiu um ritmo de crescimento alto de 2005 a 2008, sendo o aumento em relação ao ano superior a 100%, o mesmo ocorrido na carteira de crédito em Palmas, entre os anos de 2005 e 2007.

Podemos notar também um aumento do número de pessoas atendidas pelo Banco Palmas, tanto no crédito produtivo quanto no crédito para consumo. As operações realizadas como correspondente bancário também cresceram em ritmo acelerado desde 2005.

O número de empreendimentos que aceitam a moeda social também aumentaram no período de 2005 a 2009, representando um aumento de mais de 100% nesse período

analisado. O valor das vendas da loja solidária também mostra que esse modelo tem perseguido de forma próspera o seu objetivo principal, que é garantir um local para comercialização de produtos cujos produtores não possuem local físico para tal.

### **3.2.10 BANCO PALMAS E INADIMPLÊNCIA**

Segundo NETO (2003), a carteira de crédito do Banco Palmas era, naquele ano, de apenas R\$ 30.000,00 e esse montante não cobria os custos de funcionamento do banco, que recorria a ajuda da cooperação internacional anualmente, de modo a garantir o seu funcionamento.

De acordo com a mesma fonte, a inadimplência ao final do ano de 2002 estava em torno de 3,5%, um valor bem pequeno tomando por base os valores do mercado tradicional.

Quando o solicitante assina contrato de empréstimo com o banco, há uma cláusula informando que após quinze dias de atraso no pagamento da parcela, o cliente será considerado inadimplente e terá que de imediato negociar sua dívida junto ao banco. Passado um mês, se o cliente não procura o banco para negociar sua dívida, o analista comunica aos vizinhos a situação e leva a situação ao conhecimento de um Fórum Socioeconômico Local. O cliente perde seu direito enquanto sócio da Associação de Moradores e não pode acessar nenhuma linha de crédito do Palmas, podendo ele pagar sua dívida com um bem móvel de igual valor as parcelas atrasadas. Esse mecanismo faz com que haja uma disciplina para pagamento das dívidas, tendo como objetivo diminuir o risco inerente a esse tipo de empréstimo.

Segundo apuração feita pelo Banco Palmas, em 2010, o índice de inadimplência acima de noventa dias fica entre 1% e 3%. Segundo NETO (2009), ao se falar em inadimplência no Banco Palmas, devemos ter em mente que “cada caso é um caso e precisa ser tratado desta forma, tendo a solidariedade como princípio”. Caso o cliente esteja inadimplente devido à falta de condições para pagar sua dívida, o Banco pode negociar sua dívida e pode, inclusive, emprestar mais dinheiro, se esse for o caso mais conveniente. Caso o cliente esteja inadimplente por má fé, o Banco divulga o nome do

cliente nos fóruns e redes locais e, caso persista a situação de inadimplência, o Banco pode chegar a negativar o nome da pessoa no SPC e protestar em cartório.

Abaixo, há uma tabela mostrando a evolução dos índices de inadimplência da carteira de crédito do Banco Palmas, tanto em palmas quanto em reais, acima de 30 dias:

2005	2006	2007	2008	2009
1,0%	1,8%	2,0%	1,3%	2,5%

**Tabela 4 – Inadimplência do Banco Palmas (acima de 30 dias)**

**Fonte: Adaptado de Banco Palmas**

A informação mais atualizada a respeito dos índices de inadimplência é do próprio Banco Palmas, do ano de 2012, em que o índice foi apurado em 1,5%, considerando um cliente inadimplente aquele que ficou noventa dias após o vencimento de sua prestação sem efetuar o pagamento.

Uma crítica no reporte dos índices de inadimplência é justamente o fato de serem reportados índices de inadimplência adotando critérios diferentes de aferição. Ora é considerado um cliente inadimplente aquele que fica o prazo de trinta dias após o vencimento de suas parcelas sem efetuar o pagamento, ora de noventa dias. Esse fato diminui o poder comparativo entre os anos, mas isso não impede a comprovação de que as taxas de inadimplência são baixas ao longo dos anos.

### **3.3 BANCO COMUNITÁRIO CAPIVARI**

O Banco Comunitário Capivari está situado na cidade de Silva Jardim, localizada na baixada litorânea do estado do Rio de Janeiro. Segundo o CENSO 2010, Silva Jardim tem 21.349 habitantes, uma área territorial de aproximadamente 938 km<sup>2</sup>, o que resulta em uma densidade demográfica de cerca de 23 habitantes/km<sup>2</sup>.

Até 1943, o município de Silva Jardim era conhecido como Capivari, que também é o nome do rio que corta a cidade, que possui o significado de “rio das capivaras”. A troca aconteceu como forma de homenagem ao advogado e republicano Antônio da Silva Jardim, que nasceu no próprio município.

Abaixo, há uma foto atual da Prefeitura Municipal de Silva Jardim.



**Figura 11 - Prefeitura Municipal de Silva Jardim**

**Fonte: Elaboração Própria**

A cidade tem uma grande atuação na agricultura. Silva Jardim fica a cerca de 113 km da capital do estado do Rio de Janeiro.

### **3.3.1 HISTÓRICO E INÍCIO DO BANCO CAPIVARI**

A iniciativa da criação de um banco comunitário em Silva Jardim veio, em primeiro lugar, por parte da prefeitura. O motivo principal para a criação do banco foi o fato de

que a perspectiva de crescimento do comércio regional ser cada vez menor, devido ao fato de a maior parte da população realizar suas compras em municípios vizinhos, ou por costume ou por falta de oferta em Silva Jardim, o que por sua vez acabava desestimulando o comércio local, gerando um ciclo vicioso.

A ideia surgiu em 2009, sendo personificada no prefeito de Silva Jardim, Marcello Cabreira Xavier (Marcello Zelão). O prefeito encontrou na iniciativa do Banco Palmas, localizado em Fortaleza, uma possível solução para o desenvolvimento da cidade, através da criação de um banco comunitário e de uma moeda social local.

Segundo a secretária de Turismo, Indústria e Comércio de Silva Jardim, Vera Brito, vários grupos tiveram grande importância para a implementação do projeto: a comunidade como um todo, que engloba o Fórum de Economia Solidária (FESO), as Igrejas Católica e Protestante, a Associação Comercial, a Associação de Moradores, o Sindicato dos Trabalhadores Rurais, a Associação de Pescadores e, obviamente, a Prefeitura Municipal de Silva Jardim.

Em Novembro de 2010, foi inaugurado em Silva Jardim o Banco Comunitário Capivari, juntamente com a primeira moeda social do estado do Rio de Janeiro, também chamada de Capivari.

A agência do banco está localizada no centro de Silva Jardim. Na ocasião de lançamento do banco, houve uma feira organizada na rua da agência, mostrando produtos feitos pela população da região.

O nome foi escolhido através de assembléia na comunidade, que participou constantemente do processo e foi fator chave para a aceitação rápida pela população. O nome, como já dito anteriormente, é o nome que o município tinha em tempos passados.

Abaixo, há fotos da fachada do banco, bem como do seu interior.



**Figura 12 - Fachada do Banco Capivari**

**Fonte: Elaboração Própria**



**Figura 13 - Interior do Banco Capivari - Sala da Gerência**

**Fonte: Elaboração Própria**





**Figura 14 - Interior do Banco Capivari – Recepção e Caixa**

**Fonte: Elaboração Própria**

Como pode-se perceber pelas fotos, a estrutura física do Banco Capivari é bem pequena. Mesmo assim, o Banco possui todas as funcionalidades básicas de qualquer banco do mercado.

### **3.3.2 DESCRIÇÃO DO BANCO COMUNITÁRIO CAPIVARI**

O Banco Comunitário Capivari está vinculado desde a sua criação ao Instituto Palmas, que é o órgão que presta suporte aos bancos comunitários no Brasil e que auxilia na disseminação da cultura e funcionamento dos bancos comunitários pelo país.

Podemos citar uma série de partes interessadas com a criação e o funcionamento do banco, como já citado de forma breve anteriormente. Abaixo, há uma lista das principais partes interessadas:

- Instituto Palmas;
- Prefeitura de Silva Jardim;
- Comerciantes;

- Servidores Públicos;
- Igrejas locais
- SEBRAE;
- População, principalmente de Silva Jardim.

O Banco Capivari conta, atualmente, com três funcionários: uma gerente, uma caixa e um analista. A gerente declarou, em entrevista, que há a intenção de contratar mais um analista, mas sem data prevista.

São os analistas que fazem as visitas aos locais de residência dos potenciais clientes, fazendo a pesquisa com a população sobre os hábitos e reputação dos possíveis tomadores de crédito.

O papel do Instituto Palmas é fundamental no funcionamento do Banco Capivari, uma vez que é ele quem fornece o aporte financeiro necessário para o funcionamento do banco, como por exemplo, a quantia destinada ao pagamento dos salários dos funcionários do banco.

### **3.3.3 MOEDA SOCIAL CAPIVARI**

Como já citado anteriormente, o município de Silva Jardim possui uma moeda social local, também chamada Capivari.

Um fator de extrema importância na criação de uma moeda social é o relacionamento com a comunidade, uma vez que ela atua tanto como provedora quanto como consumidora de produtos e serviços. Por esse motivo, houve grande preocupação em envolver a população na criação da moeda e do banco, gerando um acolhimento facilitado, tendo sua aceitação anterior à sua implementação, diferente de outros casos em que há a necessidade de convencimento para a utilização da moeda.

O Capivari possui taxa de câmbio de um para um com o Real. Essa taxa foi adotada tanto pela praticidade quanto por questões macroeconômicas.



A principal vantagem do Capivari em relação ao Real é a obtenção de descontos em estabelecimentos comerciais. O consumidor pode economizar até 20% se utilizar a moeda social no comércio local.

A população pode acessar a moeda de duas formas diferentes: por meio do câmbio ou do crédito. Segundo a gerente do banco, a maior quantidade de Capivaris é obtida pelo câmbio.

Por outro lado, trocar Capivaris por Reais só é possível para instituições comerciais cadastradas na Associação Comercial de Silva Jardim, com o objetivo de estimular a circulação da moeda no município. No câmbio inverso, não é cobrada nenhuma taxa das instituições comerciais.

As cédulas de Capivari são apresentadas abaixo e possuem valores de: C\$ 0,50 (lilás), C\$ 1,00 (verde), C\$ 2,00 (vermelho), C\$ 5,00 (bege) e C\$ 10,00 (azul).



**Figura 15 - Cédulas de Capivari**

**Fonte: Banco Capivari**

Abaixo, há uma figura de uma placa, que é utilizada pela maioria dos estabelecimentos que aceitam o Capivari, indicando essa aceitação.

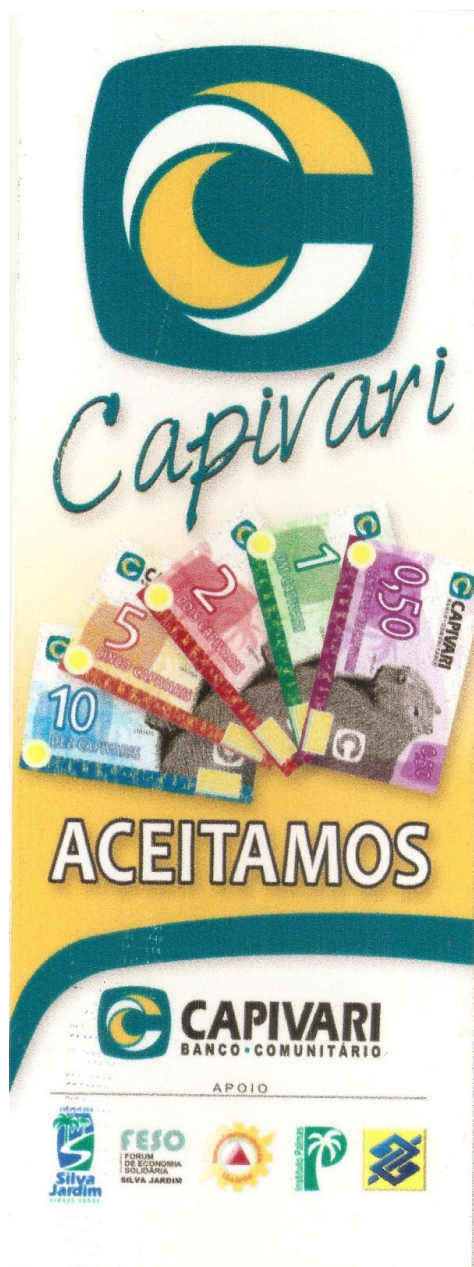


Figura 16 - Placa de Comércio "Aceitamos Capivari"

Fonte: Banco Capivari

Através de visita, foi possível a verificação de que a moeda é aceita em grande maioria dos estabelecimentos de comércio do município. Segundo a gerente do banco, não havia nenhum estabelecimento atualmente que não aceitasse o Capivari.

Como já dito anteriormente, a moeda social Capivari é produzida em uma gráfica de segurança localizada em Fortaleza.

### **3.3.4 APOIO PÚBLICO**

A iniciativa em Silva Jardim foi concebida baseada no apoio público, pois foi uma iniciativa do prefeito da cidade, Marcello Xavier Cabreira, conhecido como Marcello Zelão.

A ideia da prefeitura encontrou apoio na iniciativa do Banco Palmas, situado em Fortaleza, sendo o principal exemplo do Banco Capivari para desenvolvimento de sua concepção e forma de atuação.

Para que fosse viável a implementação do banco, o município de Silva Jardim criou uma legislação própria de fomento à Economia Solidária, a Lei Nº 1.502, de 28 de Maio de 2010, como mostrada no Anexo I.

Segundo a lei, “a Política de Fomento à Economia Solidária do Município de Silva Jardim é (...) considera a função social do Empreendimento, e o conjunto de ações públicas voltado, prioritariamente, para a população trabalhadora e destinado a auxiliar a criação, o desenvolvimento, a promoção, a consolidação, a sustentabilidade e a expansão de empreendimentos populares coletivos e solidários, redes e outras formas de integração e cooperação entre eles”.

A lei municipal prevê incentivo aos empreendimentos voltados principalmente para a produção de bens e prestação de serviços, tendo um foco unicamente na população de Silva Jardim, buscando o desenvolvimento econômico dentro da região.

A lei ainda prevê o apoio e o incentivo à criação e uso de moeda social como instrumento ou sistema de pagamento, que no caso de Silva Jardim foi concretizado na moeda social Capivari.

Um dos princípios dessa política de fomento é a valorização da autogestão, da cooperação e da solidariedade, visando ao desenvolvimento sustentável da região. Para a lei, é entendido como empreendimento solidário aquele que atende a uma série de pré-requisitos, dentre eles ser um empreendimento organizado sob a forma de autogestão, garantindo a administração coletiva e soberana de suas atividades e da destinação dos resultados líquidos de forma equitativa, a todos os seus membros.

A lei ainda prevê as práticas atuais do Banco Capivari, em que há um estímulo a linhas de microcrédito e finanças solidárias, de fácil acesso à população de Silva Jardim.

### **3.3.5 PRÉ-REQUISITOS PARA CONCESSÃO DE CRÉDITO**

Para ter acesso ao crédito do Banco Capivari, a pessoa deve ser maior de dezoito anos e residir em Silva Jardim por, no mínimo, um ano. O futuro cliente também deve provar a necessidade do empréstimo, o que é feito por meio do analista do Banco Capivari, que analisa a situação do solicitante, sua relação na comunidade e no comércio local, seu histórico como cliente, bem como outras características importantes para garantir a confiabilidade do tomador de crédito.

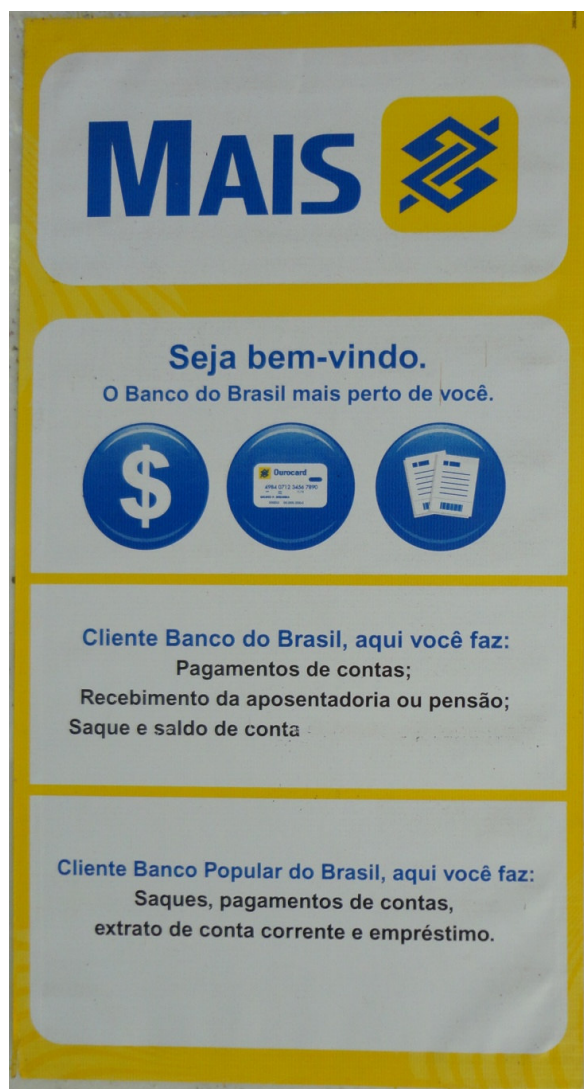
Uma vez que a finalidade dessa forma de crédito é estimular a economia local, a utilização do mesmo está condicionada aos limites do município de Silva Jardim. No caso do crédito para consumo, o fato de ele ocorrer na moeda social já viabiliza essa restrição, garantindo que o consumo seja feito dentro dos limites do município, uma vez que apenas as instituições do local aceitam a moeda social.

No crédito para produção, é estabelecido um compromisso entre o banco e o tomador de que o empreendimento será dentro de Silva Jardim.

### **3.3.6 PRODUTOS E SERVIÇOS OFERECIDOS**

O Banco oferece basicamente três tipos de serviços, a saber: o crédito, que é a sua principal atividade-fim, sendo praticado de duas formas, crédito para produção ou para consumo; o câmbio, de reais para capivaris ou o contrário, somente para instituições autorizadas; e serviços financeiros, como correspondente do Banco do Brasil, tais como pagamento de contas de água, luz e telefone, com valor limite de R\$ 1.000,00, saques, recebimento de aposentadoria ou pensão, extrato de conta corrente e depósito em conta corrente do Banco do Brasil.

Abaixo, há uma imagem ilustrando alguns serviços oferecidos pelo Banco Capivari como correspondente do Banco do Brasil.



**Figura 17 - Correspondência entre Banco Capivari e Banco do Brasil**

**Fonte: Banco Capivari**

Com relação às linhas de crédito, deve-se dizer que elas são mutuamente excludentes, ou seja, a mesma pessoa não pode adquirir um crédito para consumo e outro para produção.

O crédito produtivo tem a finalidade de incentivar pequenos empreendimentos. Logo no início do Banco, o valor máximo do empréstimo era de R\$ 800,00. Atualmente, o cliente pode solicitar até R\$ 2.500,00 e o empréstimo é concedido em reais, com juros de 2,5% ao mês. O cliente tem a opção de parcelar em até doze vezes.

A liberação desse crédito é feita diretamente por Palmas, sendo este o responsável pela sua gestão. O crédito é concedido na conta bancária do cliente, podendo ser do Banco do Brasil ou da Caixa Econômica Federal.

Os clientes realizam o pagamento de suas parcelas diretamente para Palmas, através de bancos do mercado tradicional. O Instituto Palmas é o responsável pela gestão dos tomadores de crédito para produção e, caso haja algum caso de inadimplência, Palmas reporta ao Banco Capivari para que este possa tomar as devidas providências. Podemos descrever o Capivari como um intermediário entre os potenciais clientes e as fontes de crédito para produção.

Para o crédito destinado à produção, é cobrada uma multa de 1% ao mês em caso de atraso no pagamento, mais 0,25% ao dia sobre o valor da parcela. O objetivo dessa medida é garantir a adimplência dos tomadores de crédito em um nível constante e reduzido.

O crédito para consumo visa a estimular o comércio na cidade. O cliente pode pegar até 200 Capivaris e não são cobrados juros, apenas uma taxa administrativa de cerca de 3% ao mês. O prazo para pagamento é de sessenta dias, ou seja, o cliente pode parcelar o pagamento em até duas vezes iguais. O pagamento dos empréstimos é feito no próprio Banco Capivari, sendo este o responsável pela gestão do montante emprestado. Já que o crédito se dá em moeda social, o cliente obrigatoriamente gasta o dinheiro dentro do município, contribuindo para a movimentação da economia local. Não há um valor mínimo para esse tipo de empréstimo, porém o praticado é um mínimo de 100 Capivaris.

No caso de o cliente não pagar na data definida, o Banco Capivari entra em contato com o cliente para saber o motivo do atraso, seja por telefone ou fisicamente. Dependendo do motivo exposto pelo cliente, é possível que haja uma renegociação da dívida, podendo o prazo ser estendido por mais tempo.

Abaixo, há duas figuras de um carnê que simula um pedido de crédito para consumo:



Figura 18 – Capa de Carnê da Simulação de Crédito para Consumo

Fonte: Banco Capivari

<p><b>BANCO COMUNITÁRIO</b> RECIBO VIA DO CLIENTE</p> <p>Banco <u>Capivari</u>          Valor: R\$ <u>103,36</u> Vencimento: <u>23/06/12</u>          Cliente: <u>Salviano Soria</u>          Recebi a importância de _____          referente _____          _____, ____/____/____          _____          Cliente _____          _____          Tesoureiro (a) _____          Tesoureiro (a) _____</p>	<p><b>BANCO COMUNITÁRIO</b> RECIBO VIA DO BANCO</p> <p>Banco <u>Capivari</u>          Valor: R\$ <u>103,36</u> Vencimento: <u>23/06/12</u>          Cliente: <u>Salviano Soria</u>          Recebi a importância de _____          referente _____          _____, ____/____/____          _____          Cliente _____          _____          Tesoureiro (a) _____          Tesoureiro (a) _____</p>
--	--

Figura 19 - Simulação de Crédito para Consumo

Fonte: Banco Capivari

Nesse exemplo, o valor total do empréstimo foi de 200 Capivaris, sendo mostrado apenas o carnê referente a uma parcela do pagamento, no valor de R\$ 100,00, ou C\$ 100,00, mais as taxas administrativas de R\$ 3,36, totalizando R\$ 103,36, representando um percentual de 3,36% em relação ao montante emprestado.

Segundo a gerente do Banco Capivari, o dinheiro arrecadado com a cobrança das taxas administrativas é guardado em cofre no próprio banco e é destinado à compra de material para o Banco, como papel, caneta, tinta de impressora, dentre outros.



### 3.3.7 METODOLOGIA DE EMPRÉSTIMO

A metodologia para concessão de crédito adotada pelo Banco Capivari, seja para produção ou para consumo, seguem padrões diferentes daqueles praticados pelo mercado tradicional de crédito. Em contrapartida, é bem semelhante ao processo adotado pelo Banco Palmas.

Quando alguém solicita um empréstimo, o banco marca uma visita de um analista à residência do potencial cliente. A visita tem as funções principais de comprovar a necessidade do crédito e atestar a confiabilidade do cliente, ou seja, a visita é parte fundamental da análise de crédito. O analista pesquisa sobre o potencial cliente na população da cidade e nos comércios locais, sua reputação, seu histórico na cidade e sua relação com os vizinhos.

Não há consulta aos mecanismos que normalmente são consultados quando é solicitado um empréstimo, como o SPC e SERASA, facilitando assim para o tomador e reduzindo as burocracias para a concessão dos empréstimos.

Em última instância, caso não se chegue a alguma conclusão, o Fórum da Economia Solidária (FESO) de Silva Jardim é consultado. Aprovado o crédito, ele é liberado em cerca de três dias. O processo todo dura uma semana, em média.

Os clientes que já solicitaram crédito anteriormente recebem um *feedback* mais rapidamente. No caso de crédito para consumo, ele é liberado imediatamente, caso o cliente tenha se mostrado um bom pagador no passado. Para produção, ainda que ocorra a visita do analista, o processo é mais curto do que para novos clientes.

A metodologia, em comparação com sistemas tradicionais, apresenta poucas burocracias e leva menos tempo para se chegar a uma conclusão, seja ela positiva ou negativa. De um modo geral, o prazo para liberação do empréstimo demora em média uma semana, desde o pedido de crédito até a liberação do dinheiro solicitado.



### **3.3.8 PERFIL ECONÔMICO DOS CLIENTES**

Segundo relatado pela gerente na entrevista, os clientes são, em sua maioria, mulheres acima de trinta anos, com escolaridade média definida como ensino fundamental completo.

Não foi encontrada nenhuma explicação definitiva para esse fato, mas curiosamente está alinhado com muitas outras experiências de microcrédito ao redor do mundo, que têm um foco no público feminino.

Uma possível explicação é o fato de que os homens, historicamente, estão mais acostumados com o trabalho assalariado, por serem os principais provedores de receitas de uma família. Atualmente, podemos citar que a revolução feminina levou muitas mulheres ao mercado de trabalho e, com o microcrédito, muitas delas conciliam seus trabalhos domésticos com seu lado profissional, em que muitas vezes são realizados dentro do próprio ambiente domiciliar.

De um modo geral, o Banco Capivari tem muitos clientes que são trabalhadores autônomos e vendedores ambulantes, que vendem roupas, sapatos e que não têm loja física própria para venda de seus produtos.

### **3.3.9 DESEMPENHO DOS CLIENTES E RESULTADOS ALCANÇADOS**

Os resultados alcançados com as iniciativas do Banco Capivari podem ser percebidos tanto pela constatação do desenvolvimento do comércio local, pois há mais estabelecimentos, se compararmos com o momento anterior à criação do banco, e também pela arrecadação de impostos, que mostra um aumento do comércio local.

Segundo apuração feita pelo Governo do Estado do Rio de Janeiro, houve aumento de 159% na arrecadação de ISS e 100% para o ICMS no município de Silva Jardim, indicando que houve aumento dos pagadores, podendo ser inferido também que houve aumento da formalidade dos empreendimentos e até um aumento do número de empreendimentos no município.

Podemos citar como um grande resultado alcançado a capacitação dos funcionários do banco Capivari segundo os princípios de Economia Solidária. O banco de Silva Jardim tem uma relação importante com o Instituto Palmas, que fornece capacitação para os funcionários e pessoas interessadas no tema.

Essa relação se dá através da Rede de Bancos Comunitários, fomentada principalmente pelo Banco Palmas e com a participação da maioria dos bancos comunitários do território brasileiro, dentre eles o Banco Capivari.

Segundo a gerente do banco, o montante emprestado, até Maio de 2012, tinha sido de cerca de 70.000 reais para produção, representando cerca de 60% da quantidade de créditos concedidos, e 54.500 capivaris para consumo.

Até Maio de 2012 houve um total de 183.500 capivaris emitidos, o qual é emitido sob controle do Instituto Palmas. Ainda segundo a gerente do banco, nesse período havia cerca de 25.000 capivaris em circulação.

Com relação à sua carteira de clientes, o Banco Capivari possui, até Outubro de 2012, duzentos e um clientes. Desse total de clientes, 98 recebem crédito destinado à produção e 103, crédito para consumo, uma vez que a concessão dos créditos são mutuamente excludentes, ou seja, o cliente pode receber apenas ou o crédito para produção ou para o consumo.

### **3.3.10 BANCO CAPIVARI E INADIMPLÊNCIA**

Segundo entrevista com a gerente do banco, o Banco Capivari não possui indicadores de desempenho formais. Tomando por base as duas linhas de crédito oferecidas pelo banco, o Banco Capivari só tem certo controle pelo crédito destinado ao consumo, que é concedido em Capivari.

Já o crédito destinado a produção, o controle é feito pelo Instituto Palmas, como já citado anteriormente, visto que as parcelas dos empréstimos são pagas via conta corrente dos clientes diretamente para Palmas, sem intermédio do Banco Capivari.

Dessa forma, o banco atua mais como um agente de cobrança, em caso de alguma anormalidade nas rotinas de pagamento.

Ainda segundo a gerente, o índice de inadimplência, considerando tanto o crédito destinado ao consumo quanto o crédito para produção, é de menos de 2%, ao longo de todo o período de funcionamento do banco. Para o Banco Capivari, não há um indicador formal de medição da inadimplência, mas esse índice está baseado na mesma metodologia adotada pelo Banco Palmas e pelo Banco Central, que é o atraso do pagamento acima de noventa dias.

### **3.3.11 PRÓXIMOS PASSOS DO BANCO CAPIVARI**

A partir de entrevista com a gerente do Banco Capivari e com a secretária de Turismo de Silva Jardim, constata-se que há uma série de projetos para o futuro em que o Banco tem um papel fundamental, se não o principal.

A seguir, dividiremos em dois campos de projetos, os projetos já pautados e algumas ideias para o futuro do Banco.

#### **3.3.11.1 PROJETOS DO BANCO CAPIVARI**

Um projeto importante, com expectativa de entrar em vigor em Fevereiro de 2013, é o do Bolsa Capivari. Atualmente, a prefeitura de Silva Jardim concede cestas básicas a famílias carentes. O projeto consiste em, ao invés de dar cestas básicas, conceder uma quantia, de cerca de 50 capivaris/família, como uma forma de aquecer o comércio local. Atualmente, a prefeitura dá cerca de 1.000 bolsas. Isso representaria um aumento de, em média, 50.000 capivaris gastos no município.

Esse projeto já possui lei municipal própria, já criada, como mostrada no Anexo II (Lei Nº 1.563, de 04 de Outubro de 2011). Esse projeto, assim como outros já em vigor no âmbito federal e estadual, como o Bolsa Família e o Bolsa Escola, exigem um

comportamento a ser adotado pelas famílias, como por exemplo manter os filhos em idade escolar na escola, como forma de estimular o desenvolvimento dessas famílias que recebem o benefício.

A concessão desse benefício possui caráter temporário e a elegibilidade das famílias deve ser obrigatoriamente revista a cada período de dois anos. Um outro ponto interessante no projeto é que o pagamento dos benefícios previstos será feito preferencialmente às mulheres, evidenciando assim um foco feminino, assim como nos projetos do Banco Palmas.

Um outro projeto é uma parceria com o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). A iniciativa visa, a longo prazo, a aumentar a receita do banco e o apoio de instituições públicas, de forma a contribuir com a desejada auto-sustentabilidade do banco, que atualmente depende das verbas vindas de Palmas para seu funcionamento. Os parâmetros dessa parceria ainda não estão muito bem definidos, o que deve ocorrer em um futuro próximo.

A criação de uma loja solidária também é um projeto do Banco Capivari. A ideia é ter um espaço físico, separado do espaço do banco, para que os produtores independentes possam comercializar seus produtos, com periodicidade regular. Essa ideia já existe no Conjunto Palmeira, em que há uma loja nas dependências do banco que comercializa os produtos de produtores da região e cada um paga determinada quantia dos produtos vendidos para pagar o funcionário da loja e os custos de funcionamento. Essa é uma forma de estimular a produção local e uma forma de aumentar a geração de renda dentro do próprio município.

Como outros projetos futuros, podemos citar também o projeto de capacitação de comerciantes e associações locais nos princípios de Economia Solidária e a construção de postos bancários em locais distantes do município, como Aldeia Velha e Bananeiras. Esse projeto ainda não tem previsão para ocorrer, mas já é algo que se cogita para um futuro próximo, devido ao fato de haver regiões afastadas do centro de Silva Jardim, o que dificulta o acesso desses moradores aos serviços oferecidos pelo banco.

Uma outra lacuna que se encontra ao se pesquisar material sobre o Banco Capivari é justamente a escassez de materiais oficiais, visto que o banco não possui site e nem um material institucional consolidado. Dentre as poucas formas de divulgação oficiais

existentes, produzidas pelo banco, há um encarte sobre a inauguração do banco, como mostrado abaixo:



Figura 20 - Encarte de Inauguração do Banco Capivari - Frente

Fonte: Banco Capivari



Figura 21 - Encarte de Inauguração do Banco Capivari – Verso

Fonte: Banco Capivari



Abaixo, é mostrada uma cartilha sobre o funcionamento do banco:



Figura 22 - Capa da Cartilha sobre Economia Solidária e Moeda Social

Fonte: Banco Capivari

O Banco Capivari tem um projeto que consiste em basicamente criar um material institucional, de caráter informativo e educativo. A ideia é não apenas criar panfletos físicos para divulgação do Banco, mas também um site em que se possa consultar a história do banco, sua evolução, sua atuação na sociedade e todas as suas ações ao longo do tempo.

Um outro projeto do Banco, ainda sem data para iniciar, é o projeto de microsseguros de vida. Não existe ainda uma definição exata de como será o seguro, mas a expectativa é de que cada cliente contribuirá com uma quantia em torno de R\$ 35,00 ao ano. A cobertura do seguro seria uma assistência funeral e um auxílio financeiro para os dependentes.

### **3.3.11.2 IDEIAS PARA O BANCO CAPIVARI**

A seguir, apresentaremos algumas ideias para o futuro de atuação do banco, tomando por base algumas experiências semelhantes, em outras partes do país.

Uma ideia simples para o banco seria a definição, implementação e apuração de indicadores de desempenho. Ao final de cada mês, não existe um relatório estruturado para o reporte e apresentação de resultados e nem parâmetros específicos para serem reportados. Se o banco tivesse indicadores alinhados com os praticados no mercado tradicional, o desempenho do banco poderia ser mais facilmente comparado com o de outros bancos, principalmente os bancos que seguem a mesma filosofia.

Uma proposta seria a implementação de um programa de assistência técnica para novos empreendedores, com o objetivo de ensinar técnicas e métodos adequados para produção ou funcionamento dos novos negócios. Em entrevista com as partes do banco, ficou claro que esse serviço não existe, uma vez que o Banco Capivari não possui um corpo técnico voltado para esse objetivo e nem recursos humanos que possam ser dedicados a essa atividade, considerando o número reduzido de funcionários do Banco.

Esse projeto já está previsto na lei criada em Silva Jardim (Lei Nº 1.502), como consta no artigo 9º, itens VI, VII e X, em que prevê assessoria técnica nas áreas administrativas, econômicas, contábeis e técnica.

Também prevista na lei municipal, há o projeto de incubadoras, de forma a garantir o espaço e o apoio técnico para novos negócios, visando a prepará-los para sua inserção no mercado de forma auto-suficiente. Segundo a lei, o período de incubação de cada novo negócio seria definido de acordo com a natureza deste, possuindo um prazo limite de vinte e quatro meses. O espaço para funcionamento dessas empresas incubadas seriam imóveis e espaços públicos ou de entidades apoiadoras, que possuem a infraestrutura necessária ao funcionamento desses negócios.

Uma outra proposta, alinhada com a ideia de parceria com o BNDES, seria a parceria com instituições, tanto públicas quanto privadas, e também parcerias com centros de pesquisa e universidades. Essas parcerias poderiam se dar de diversas formas, seja através de programas de estágio para estudantes de universidades, seja através de programas de financiamento de novas linhas de crédito para o banco etc.. Obviamente,

as parcerias deveriam ser firmadas segundo as principais demandas do banco, cabendo a este analisar quais parcerias seriam as mais interessantes, tanto a curto quanto a longo prazos.

A criação de cartões de crédito locais poderiam servir como uma forma de aumentar o consumo local, como já existe no Conjunto Palmeiras. Eles funcionam como os cartões de crédito tradicionais, em que os clientes podem fazer suas compras e pagar em um período posterior. Em cidades pequenas, como Silva Jardim, esse sistema de crédito provavelmente teria índices de inadimplência baixos, tomando por base os percentuais baixos alcançados no Conjunto Palmeiras. Um outro fator que corrobora essa linha de pensamento é o índice de inadimplência baixo atual, uma vez que as relações de crédito entre o Banco Capivari e a população de Silva Jardim se dão por meio de confiança e da credibilidade do tomador frente a população local.

Outros projetos que podem ser citados são as unidades de produção e as compras coletivas. O primeiro seria basicamente a criação de grupos de produção para produtores com mercadorias semelhantes, de forma que eles podem trocar experiências e otimizar seus métodos de produção. O projeto de compra coletiva, alinhado com o princípio de coletividade, seria basicamente realizar compras de produtos que não são produzidos no município de forma conjunta, de modo a garantir preços mais baixos devido à quantidade adquirida. Consequentemente, isso reduziria o preço individual de cada produto adquirido. Esses dois sistemas já existem no Conjunto Palmeiras e, considerando o fato de que Silva Jardim não produz todos os produtos necessários a subsistência de sua população, poderia representar uma opção para reforçar o conceito de coletividade e cooperação.

Esse projeto de criação de unidades produtivas já está contemplado na Lei Municipal Nº 1.502, como consta no artigo 5º, item IV, em que é previsto “incentivar e apoiar a criação, o desenvolvimento, a consolidação, a sustentabilidade e a expansão de empreendimentos populares e solidários, organizados em cooperativas, associações, grupos comunitários, ou sob outras formas associativas com as características e princípios da Economia Solidária e compatível com os critérios fixados nesta Lei”.

Uma outra ideia de projeto, mais ambicioso, é o de criação de uma Escola de Economia Solidária no município de Silva Jardim. Essa escola capacitaria uma parcela da população interessada nos princípios de funcionamento do Banco Capivari e de



Economia Solidária e, caso seja uma iniciativa de sucesso, Silva Jardim poderia se tornar um pólo especializado na capacitação de pessoal e referência municipal no assunto, assim como Palmas é atualmente, com a Palmatech.

Ainda na linha de projetos mais ambiciosos, podemos citar um projeto sobre o planejamento da cadeia produtiva, como há em Palmas. Esse projeto no Conjunto Palmeiras está diretamente relacionado ao Banco Palmas, em que há um estudo sobre a cadeia produtiva local, de modo a estimular o empreendedorismo de novos negócios nos ramos que não há ou que existam poucos empreendimentos existentes, principalmente. Isso seria um projeto para tentar criar uma cadeia produtiva da forma mais completa possível, internamente, respeitando os limites e restrições municipais. Essa medida não é uma medida para evitar a concorrência entre os produtores, mas sim para tentar estimular a criação de um município auto-suficiente, que dependa cada vez menos das fontes externas.

Por fim, o Banco Capivari identifica que Silva Jardim tem a agricultura como uma de suas principais atividades comerciais. Em contrapartida, os agricultores representam uma parcela ínfima dos tomadores de crédito no banco, sem um número definido. Desse modo, a abertura de uma linha de crédito voltada especificamente para a agricultura seria uma opção para uma expansão das atividades do banco, aumentando assim o seu alcance no município.

Um ponto que vale a pena ser considerado, tanto nos projetos já previstos para serem realizados quanto nos projetos apenas no campo das ideias, é que para a construção de empreendimentos solidários, sejam as feiras, sejam lojas solidárias ou qualquer outro, é necessário conhecer os pontos de grandes aglomerações, as datas comemorativas, as praças movimentadas do município, as atividades culturais e toda a vida da comunidade.

O sucesso dessas iniciativas também dependem da estratégia de comunicação popular local, principalmente entre produtores e consumidores, para favorecer o conhecimento do que é produzido localmente.

Não podemos deixar de considerar que a estratégia de consumo local deve dialogar a todo momento com a auto-estima, o poder local e a demanda de sua população. É sempre interessante haver uma convergência entre o que é produzido localmente e o que

é demandado pela população. Essa integração deve ser um ponto a ser pensado frequentemente pelos empreendedores locais antes de pensar na estratégia de comercialização de seus produtos.

## **4 CENÁRIO ATUAL DO BRASIL**

No presente capítulo, serão feitas algumas considerações a respeito da situação do Brasil em relação aos seus índices de inadimplência de um modo genérico. Juntamente a isso, serão apresentadas políticas de combate à pobreza, inserindo as iniciativas de microcrédito supracitadas nesse contexto.

### **4.1 INADIMPLÊNCIA NO BRASIL**

Em muitos momentos ao longo do trabalho, são citados índices de inadimplência dos bancos estudados, que têm um foco grande no setor de microcrédito. A seguir, será feita uma comparação dos índices de inadimplência apurados em diversas épocas., entre diversas instituições financeiras.

Segundo o Banco Central do Brasil (BCB), a taxa média de inadimplência de pessoas físicas e empresas atingiu seu patamar mais alto no mês de Maio de 2012, desde 2009. O BCB utiliza como critério para definição da taxa de inadimplência o atraso de pagamento superior a noventa dias. De acordo com esse critério, a taxa de inadimplência das pessoas físicas e das empresas foi de 6,0% em Maio de 2012, já representando um aumento em relação ao mês anterior, que foi de 5,9%. Essa mesma taxa de 5,9% foi a apurada em Agosto de 2009, sendo esses os maiores valores registrados desde Junho de 2000.

Se formos analisar apenas a taxa de inadimplência das pessoas físicas, sem considerar as empresas, os valores são superiores, somando 8,0% em Maio e 7,8% em Abril de 2012. Esses valores são os maiores desde Outubro de 2009, quando esteve em 8,1%.

Segundo o *site* Brasil Econômico, a taxa de inadimplência dos bancos comunitários veria de 2,5% a 3,0%, enquanto a média nacional está em 5,7%, segundo dados do Banco Central de Março de 2012. A partir dos dados mostrados, podemos perceber que a taxa de inadimplência dos bancos comunitários é quase a metade da média nacional.

## 4.2 ESFORÇOS PARA COMBATE À POBREZA

Podemos separar as políticas de alívio a pobreza em dois grandes grupos, o primeiro de políticas compensatórias e o segundo de estruturais. No primeiro grupo, temos as políticas de transferência de renda, como por exemplo programas de imposto de renda negativos, seguro-desemprego etc. e, no segundo, temos as estruturais, que aumentam a renda permanente da população pela transferência de capital, como por exemplo a provisão pública de educação, políticas de reforma agrária e de microcrédito.

O primeiro grupo tem como vantagem principal a velocidade com que seus efeitos são percebidos, o que pode reduzir o nível de pobreza de maneira instantânea, mas sempre dependendo de agentes externos, ou seja, se forem retirados esses incrementos do fluxo de renda, a situação dos grupos afetados tende a voltar à original. O segundo grupo tem como vantagem a capacidade de geração de renda de forma permanente. Como desvantagem, seus efeitos são lentos, no geral, mas há exceções, como as políticas de microcrédito, que surtem efeitos imediatos ou a curtíssimo prazo.

Como resumo, essas políticas, comumente tratadas de forma separadas, deveriam ser tratadas de forma combinada, uma vez que as políticas compensatórias poderiam ter o efeito imediato demandado mas, à medida que as políticas estruturais sejam implementadas e consolidadas, a dependência das políticas compensatórias tende a diminuir, uma vez que os beneficiados tendem a conseguir gerar sua própria renda e não depender de agentes externos para tal. Isso serviria para diminuir a crítica mais comum à política social brasileira, a qual é tida como sendo majoritariamente assistencialista.

As políticas de microcrédito tratadas no presente trabalho estão inseridas principalmente no campo das políticas estruturais, pois as mudanças para os clientes atendidos costumam ser permanentes, como por exemplo a saída da condição de pobreza em que se encontravam. Porém, podemos pensar também que as políticas de microcrédito para consumo, praticadas pelos Bancos Capivari e Palmas, têm um caráter misto entre compensatório e estrutural, já que a liberação do dinheiro é feita sem estimular a produção de forma direta. O único compromisso do cliente é realizar o pagamento, independente da forma, e seu efeito costuma ser imediato, pois supre uma necessidade urgente, mas sem necessariamente haver uma mudança estrutural.

## 5 COMPARAÇÃO ENTRE AS INICIATIVAS

A partir da explicação sobre as três iniciativas de microcrédito, podemos perceber semelhanças e diferenças entre os diversos projetos.

Nesse ponto, elencaremos alguns critérios de comparação, que utilizaremos para evidenciar as características de cada projeto, levando sempre em consideração o universo restrito das três iniciativas estudadas. Os critérios são:

- Abrangência geográfica;
- Tempo de funcionamento;
- Auto-sustentabilidade financeira;
- Pré-requisitos para obtenção de crédito;
- Montante emprestado;
- Número de beneficiados;
- Valor dos empréstimos;
- Inadimplência.

Ao analisarmos a **abrangência geográfica** de cada projeto, podemos notar que o programa CrediAmigo abrange todo o Nordeste, os estados de Minas Gerais, Espírito Santo, Brasília e Rio de Janeiro. O Banco Palmas atua diretamente no Conjunto Palmeira, localizado na cidade de Fortaleza, Ceará. Em contrapartida, o Banco Palmas, como fomentador do Instituto Palmas, tem atuação indireta em várias localidades do território brasileiro, como incentivador de iniciativas de microcrédito, inclusive o Banco Capivari, o qual abrange apenas o município de Silva Jardim, localizado no estado do Rio de Janeiro.

O **tempo de funcionamento** representa um fator interessante ao analisarmos esses tipos de iniciativas, uma vez que muitos deles, assim como quase todos os projetos, são tempo-dependentes, de modo que quanto mais o tempo passa, mais maduros e consolidados os projetos ficam, caso venham obtendo êxito. O CrediAmigo e o Banco Palmas são programas antigos se comparado com o Banco Capivari, ambos possuindo seu início em 1998, possuindo assim quinze anos de funcionamento cada. Já o Banco Capivari surgiu em 2010, sendo de longe a iniciativa mais recente das três, tendo apenas dois anos de funcionamento.

Com relação à **auto-sustentabilidade financeira** das organizações, podemos relacioná-las diretamente com o tempo de existência, uma vez que uma iniciativa desse tipo começa com simplesmente uma ideia, e à medida que o tempo avança, começam a ser formadas parcerias, a sustentar suas próprias atividades, sem dependências de apoiadores e a ter suas imagens consolidadas nos ambientes em que operam. Segundo NETO (2009), para um banco comunitário se tornar sustentável financeiramente, ele precisa, em média, operar uma carteira de crédito de R\$ 300.000,00 e realizar oito mil operações bancárias, como correspondente bancário, por mês. Isso, segundo seu estudo, geraria uma receita média de R\$ 5.000,00 mensais. Obviamente, esse modelo de definição de sustentabilidade é bem específico, uma vez que considera como parâmetro as operações como correspondente bancário, o que não se aplica no caso do CrediAmigo.

Tanto o CrediAmigo quanto o Banco Palmas são instituições auto-sustentáveis, pois não dependem de auxílios financeiros externos para garantir o seu funcionamento atualmente. O Banco Palmas, inclusive, fomenta diversas outras iniciativas desse gênero através do Instituto Palmas. O Banco Capivari, por ser uma instituição recente, ainda depende de auxílios financeiros externos, como o auxílio proveniente do Instituto Palmas.

Como todo pedido de crédito, é necessário que o potencial tomador tenha certos **pré-requisitos para obtenção de crédito**. O CrediAmigo, além de exigências padrões como ser maior de idade, documentos de identificação e comprovante de residência, exige que o tomador reúna um grupo de amigos empreendedores, de três a dez pessoas. Essa é a ideia proposta pelo *Grameen Bank*, de aval solidário. Tanto o Banco Palmas quanto o Capivari praticam empréstimos individuais, sem a necessidade de um grupo de aval solidário. Apesar de aparentemente divergentes, as ideias são bem semelhantes na prática. O fator que gera essa aparente diferença é a abrangência geográfica das iniciativas. O Banco Palmas e o Capivari possuem abrangências municipais, ou seja, os territórios físicos alcançados são restritos. Isso facilita o conhecimento de todos dentro da própria comunidade, favorecendo com que a própria sociedade suporte os pedidos de crédito junto aos bancos. O aval solidário não existe formalmente, mas são realizadas consultas com moradores próximos ao indivíduo que está solicitando crédito e com comerciantes do bairro, para que a idoneidade do solicitante seja comprovada.

À medida que as instituições vão se tornando mais maduras e, no caso do CrediAmigo, aumentando sua abrangência geográfica, é natural que o **montante emprestado** aumente também. De acordo com os dados mais atualizados obtidos em relação ao CrediAmigo, o montante emprestado, até 2011, totalizou cerca de R\$ 12,2 bilhões. Para o Banco Palmas, o período utilizado para definição do montante será o período que apresenta a apuração mais precisa, entre 2005 e 2009. Nesse período, a carteira de crédito do Banco Palmas totalizou o equivalente a R\$ 1.744.000,00, considerando tanto os empréstimos feitos em reais quanto os empréstimos realizados em palmas. No caso do Banco Capivari, a informação a respeito do montante emprestado foi obtida através de entrevista com a gerente do banco. Segundo ela, até Maio de 2012, o Banco havia emprestado cerca de R\$ 70.000,00 destinados à produção e o equivalente a R\$ 54.500,00 para consumo, sendo este último na forma de moeda social. No total, o montante emprestado pelo Banco foi de cerca de R\$ 124.500,00.

O **número de beneficiados** pelos programas também variam com o tempo e com a abrangência geográfica de cada iniciativa. Em 2011, o CrediAmigo estima ter beneficiado cerca de 1,8 milhão de empreendedores e é considerado o maior programa de microcrédito da América do Sul. Segundo apuração feita pelo Banco Palmas, o número de pessoas atendidas pelos seus produtos e serviços, de 2005 a 2009, totaliza aproximadamente 2.124. Nesse total, estão incluídos tanto os beneficiados pelo crédito para produção quanto aqueles beneficiados com o crédito destinado ao consumo. No caso do Banco Capivari, até Outubro de 2012, o Banco possuía 201 clientes, já incluídos nesse total tanto os clientes beneficiados pelo crédito para produção quanto para consumo.

O **valor dos empréstimos** de cada iniciativa pode ser explicado de acordo com a filosofia da própria iniciativa, pela saúde financeira de cada instituição e pela localidade em que estão inseridas. O Banco Capivari oferece empréstimos variando entre R\$ 100,00, na forma de moeda social Capivari, destinado ao consumo, sem a cobrança de juros diretos, até R\$ 2.500,00, para os empréstimos destinados à produção. O CrediAmigo, de um modo geral, tem a média de seus empréstimos em torno de R\$ 940,00 por operação, segundo informações apuradas pelo próprio banco em 2011. O CrediAmigo oferece empréstimos desde R\$ 100,00, no caso do giro popular solidário, até R\$ 15.000,00, para o que o banco considera também como giro solidário.

Para o Banco Palmas, o valor dos empréstimos variam de R\$ 20,00, para o caso do cartão PalmaCard, até R\$ 1.000,00, para o microcrédito para produção. O peculiar do Banco Palmas é o fato de os serviços serem oferecidos com juros progressivos para, segundo o Banco, garantir maiores condições de igualdade no acesso ao crédito. Essa característica não está presente nos produtos e serviços oferecidos pelo Banco Capivari e nem no CrediAmigo.

A **inadimplência** é um fator importante para o funcionamento dessas iniciativas, uma vez que são os pagamentos dos empréstimos que sustentam as organizações a curto e longo prazo. Um ponto que vale a pena ser destacado é como é definida a inadimplência por cada instituição, pois isso afeta diretamente o índice apurado. Ao longo do estudo, percebemos que há uma certa falta de clareza acerca do critério utilizado para definir a inadimplência e, de acordo com algumas bibliografias encontradas, o critério mostra-se diferente ao longo dos anos.

Entre 2004 e 2011, a taxa de inadimplência do CrediAmigo, que é definida pelo atraso do pagamento das prestações em noventa dias, não apresentou variações significativas, variando de 0,84% para 0,81%. Em 2008 e 2009, o banco apresentou taxas de inadimplência superiores a 1,00%, mas nada muito além desse limite, sendo 1,13% e 1,16%, respectivamente. No caso do Banco Palmas, o índice de inadimplência acima de trinta dias variou de 1,0% em 2005 para 2,5% em 2009. Porém, não utilizaremos esses valores para comparação porque o CrediAmigo adota um critério diferente, que é o atraso de noventa dias. Segundo esse critério, o dado mais atualizado do Banco Palmas é que o índice de inadimplência em 2012 foi de 1,5%.

Para o Banco Capivari, o índice de inadimplência é inferior a 2%, segundo a gerente do Banco, considerando inadimplente o cliente que atrasa o pagamento de suas parcelas em noventa dias. Como fator comparativo, vale lembrar que o índice de inadimplência das pessoas físicas e das empresas, apurado em Maio de 2012 pelo Banco Central do Brasil, foi de 6,0%, seguindo o mesmo critério de medição adotado pelo Banco Capivari.

As comparações realizadas acima podem ser sumarizadas na tabela abaixo:



<b>Iniciativa</b>	<b>Abrangência Geográfica</b>	<b>Funcionamento (anos)</b>	<b>Autossustentável</b>	<b>Pré-requisitos para crédito</b>
<b>CrediAmigo</b>	Nordeste, parte do Sudeste e Brasília	15	Sim	Aval Solidário
<b>Banco Palmas</b>	Direta: Conjunto Palmeira Indireta: nacional	15	Sim	Individual
<b>Banco Capivari</b>	Municipal	2	Não	Individual

**Tabela 5 - Comparação entre as Iniciativas – Parte I**

**Fonte: Elaboração Própria**

<b>Iniciativa</b>	<b>Montante emprestado (reais)</b>	<b>Beneficiados</b>	<b>Valor dos empréstimos (reais)</b>	<b>Inadimplência (acima de 90 dias)</b>
<b>CrediAmigo</b>	12,2 bilhões (até 2011)	1,8 milhão (até 2011)	Entre 100 e 15.000	0,81% (em 2011)
<b>Banco Palmas</b>	1,75 milhão (entre 2005 e 2009)	2.124 (entre 2005 e 2009)	Entre 20 e 1.000	1,5% (em 2012)
<b>Banco Capivari</b>	124.500 (até Maio de 2012)	201	Entre 100 e 2.500	< 2% (em 2012)

**Tabela 6 - Comparação entre as Iniciativas - Parte II**

**Fonte: Elaboração Própria**

Das iniciativas analisadas, podemos notar que o CrediAmigo segue o caminho de *Downscaling* para alcançar a sustentabilidade, uma vez que é uma iniciativa inserida nas operações do Banco do Nordeste. Já o Banco Palmas e o Banco Capivari seguem o caminho de *Greenfields*, pois são instituições totalmente novas, criadas a partir do conceito de banco comunitário.

## 6 CONCLUSÃO

Para a implementação de um programa de microcrédito, é necessário que se faça um diagnóstico da riqueza e das potencialidades da população em cada local. Muitos podem se perguntar quais seriam os elementos desejáveis para se obter uma política pública de desenvolvimento econômico e social sustentável. Uma resposta genérica para essa pergunta seria: é necessário a integração de diversas políticas públicas e políticas privadas. De uma forma mais específica, podemos dizer que é necessária a relação entre políticas sociais e políticas de microcrédito, para que estas sejam bem sucedidas.

A partir dos casos estudados, podemos perceber semelhanças e diferenças de políticas públicas, como por exemplo o CrediAmigo, e políticas baseadas na esfera privada, como no caso dos Bancos Palmas e Capivari. Essas evidências corroboram a efetividade de políticas de microcrédito de um modo geral, caso sejam implementadas de maneira correta e com foco em um público-alvo específico, que nesse caso é a parcela da população mais pobre.

Ao se colocar a parcela pobre da população como alvo do programa, depara-se com um conflito inerente a essa posição. Esse conflito seria entre a capacidade de pagamento *versus* o benefício social advindo de um maior acesso dos mais pobres ao crédito. Dessa forma, a concessão de um financiamento sustentável poderia ser incompatível com a redução da pobreza, pois poderia-se preferir realizar empréstimos às camadas sociais mais capazes de pagar suas dívidas, considerando as suas rendas anuais. Em contrapartida, os índices de inadimplência dos programas de microcrédito evidenciam números animadores no sentido de os mais pobres serem bons pagadores, ao contrário do que indica o senso comum.

Dessa forma, a qualidade dos serviços financeiros podem e devem ser melhorados para aumentar sua resposta às necessidades dos clientes mais pobres e suas respectivas capacidades de pagamento. As políticas de microcrédito, se eficazes em suas propostas e ideias, devem atingir os indivíduos que não conseguem acesso a crédito através do setor bancário tradicional.

A partir das iniciativas analisadas, podemos pensar em algumas características que levam os programas de microcrédito a serem bem-sucedidos. Claramente, nem todos os

programas necessitam atender a todas as características, porém podemos enumerar as seguintes: o aval social para tomada de crédito, seja ele de forma explícita ou apenas uma consulta junto à sociedade; o contato direto dos agentes do banco com a realidade e o ambiente dos clientes; empréstimos de baixos valores e progressivos, dependentes da adimplência dos tomadores; flexibilidade das formas e das datas dos pagamentos no caso de choques exógenos, mas não perdão das dívidas, dentre outras. Essas características estão presentes em muitos modelos de microcrédito de sucesso, e devem ser consideradas por aqueles programas que estejam nas fases iniciais ou que ainda estejam passando pelo seu desenvolvimento até chegar a estágios mais maduros.

Pensando no Banco Capivari, podemos perceber que trata-se de uma iniciativa ainda em fase de maturação, mas que tem provocado mudanças positivas para o município de Silva Jardim. Seu princípio simples de funcionamento busca atender ao seu público, que é ao mesmo tempo cliente e dono do banco. Como mostrado, o Banco Capivari já tem projetos concretos para o seu desenvolvimento, mas todos eles dependem da cooperação e do engajamento da população de Silva Jardim.

O Banco Capivari é mais uma prova, assim como o Banco Palmas, de como o empoderamento da comunidade pode ser uma arma forte na transformação social. Nessas concepções, a população deixa de ser apenas receptora dos produtos e serviços oferecidos pelos setores públicos e privados, e se torna mais atriz de seu próprio desenvolvimento e mudança.

O grande aprendizado obtido com o presente trabalho pode ser resumido em poucas palavras: existem diversos caminhos para o combate à pobreza, muitos deles ainda inexplorados, com um grande ponto em comum, o de que todos dependem da força de vontade do coletivo. De acordo com o fundador do *Grameen Bank* e ganhador do Prêmio Nobel da Paz em 2006, Muhammad Yunus, as frustrações, a hostilidade e a raiva geradas pela pobreza não podem garantir a paz. Desse modo, é necessário que sejam implementadas políticas, sejam elas públicas ou privadas, no sentido de maior igualdade social, para garantir condições de vida mais dignas, principalmente à população mais pobre, comumente à margem da sociedade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ECO, U., 1932. **Como se Faz uma Tese**. 22ª ed. São Paulo. Editora Perspectiva.

CARVALHO, C.E. e RIBEIRO, C. T., 2006. **Do Microcrédito às Microfinanças**. Editora Educ.

MELO NETO, J.J. e MAGALHÃES, S., 2003. **Bairros Pobres, Ricas Soluções: Banco Palmas, Ponto a Ponto**. Fortaleza. Editora Expressão Gráfica.

MELO NETO, J.J. e MAGALHÃES, S., 2006. **Bancos Comunitários de Desenvolvimento, Uma Rede Sob Controle da Comunidade**. Fortaleza. Editora Expressão Gráfica.

MELO NETO, J.J. e MAGALHÃES, S., 2008, **O Poder do Circulante Local: A Moeda Social no Conjunto Palmeira**. Fortaleza. Editora Expressão Gráfica.

MELO NETO, J.J., 2010. **100 Perguntas Mais Frequentes**, Instituto Palmas.

MONZONI, M., 2008. **Impacto em Renda do Microcrédito**. Editora Peiropolis.

NERI, M. (org.), 2008. **Microcrédito, o mistério nordestino e o Grameen brasileiro: perfil e performance dos clientes do CrediAmigo**. 1ª ed. Rio de Janeiro. Editora FGV.

ROCHA, A. e MELLO, R. C. (orgs.), 2004. **O desafio das microfinanças**. Rio de Janeiro. Editora Mauad.

TOMELIN, M., 2003. **O Microcrédito no Brasil**. Brasília.

YUNUS, M. e JOLIS, A., 2008. **O banqueiro dos pobres**. 1ª ed. Editora Ática.

**BRASIL. Lei Nº 9.841, de 5 de Outubro de 1999. Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte.**

**BRASIL. Estatuto do Instituto Banco Comunitário Capivari de Desenvolvimento e Socioeconomia Solidária.** Dezembro de 2011.

BANCO DO NORDESTE E TAXA DE JUROS. Disponível em <<http://www.cabecadecuia.com>>. Acesso em Agosto de 2012.

BANCO PALMAS EM NÚMEROS, 2010. Disponível em <<http://www.bancopalmas.org.br>>. Acesso entre Novembro de 2011 e Junho de 2012.

CREDIAMIGO – APRESENTAÇÃO. Disponível em <<http://www.bnb.gov.br>>. Acesso entre Março e Setembro de 2012.

CRESCER – PROGRAMA NACIONAL DE MICROCRÉDITO. Disponível em <<http://fernandonogueiracosta.wordpress.com>>. Acesso em Agosto de 2012.

CRITÉRIOS E CONCEITOS PARA CLASSIFICAÇÃO DE EMPRESAS. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em Outubro de 2012.

EMPREENDIMENTOS SOLIDÁRIOS. Disponível em <<http://www.bancopalmas.org.br>>. Acesso entre Novembro de 2011 e Março de 2012.

INDICADORES DE INADIMPLÊNCIA. Disponível em <[www.bcb.gov.br](http://www.bcb.gov.br)>. Acesso em Agosto de 2012.

MOEDA SOCIAL E MICROCRÉDITOS. Disponível em <<http://www.bancopalmas.org.br>>. Acesso entre Novembro de 2011 e Março de 2012.

RELATÓRIO ANUAL CREDIAMIGO, 2011. Disponível em:  
<<http://www.bnb.gov.br>>. Acesso entre Junho e Setembro de 2012.

**ANEXO I – LEI Nº 1.502 – FOMENTO À ECONOMIA SOLIDÁRIA DO  
MUNICÍPIO DE SILVA JARDIM**



















## **ANEXO II – LEI Nº 1.563 – BOLSA CAPIVARI**







### **ANEXO III – ENTREVISTA COM UMA CLIENTE DO BANCO CAPIVARI**

1 – Qual o seu nome e qual seu ramo de atividade?

*Resposta: Marta Regina Gervasio. Eu sou uma microempreendedora, trabalho com a produção de carimbos, na minha própria casa.*

2 – Qual foi o tipo de empréstimo tomado por você junto ao Banco Capivari? E de quanto foi(foram) o(s) empréstimo(s)?

*Resposta: Já tomei dois empréstimos, ambos foram empréstimos destinados à produção. O primeiro foi de R\$ 400,00 e o segundo de R\$ 1.000,00.*

3 – Em que foi empregado o dinheiro emprestado?

*Resposta: O primeiro crédito utilizei para a compra de impressora para impressão dos carimbos, pois eu utilizava a impressora da lan house próxima à minha casa. Eu paguei o primeiro empréstimo, no valor de R\$ 400,00, em dez parcelas iguais de R\$ 40,00 cada, com juros de 2,5% ao mês. O segundo crédito, de R\$ 1.000,00, utilizei para ampliar o meu negócio, pois eu trabalhava na sala da minha casa e, com esse empréstimo, pude construir um cômodo próprio para a minha atividade.*

4 – Como é feito o pagamento das parcelas dos empréstimos?

*Resposta: Eu pago as minhas prestações diretamente no banco que eu tenho conta corrente.*

5 – Quais são as garantias necessárias para se obter crédito junto ao Banco Capivari?

*Resposta: A única garantia é o meu nome. Não há consulta ao SPC nem ao SERASA. Até me perguntam o que tenho de bens materiais, mas eles não são utilizados como garantias nos empréstimos.*